



# 商店街は まちの“<sup>つどりば</sup>集り場”

～ 今熊野商店街での調査から ～

東山・まち・みらい塾第7期生

2009年3月

(協力：今熊野商店街振興組合)

## 目 次

1	はじめに .....	1
2	今熊野商店街のまちなみのようす .....	2
3	周辺観察から .....	3
4	調査概要 .....	6
5	商店街の現状と課題 ～それぞれの調査からわかったこと～	
	I 利用者ヒアリング .....	7
	II 大学生アンケート .....	10
	III 商店街店主アンケート .....	14
6	地域の活性化に向けた対策・提言 ～今熊野商店街での調査から～	
	I 今熊野商店街における“ <sup>つどりば</sup> 集り場”づくりのアイデア・方策 .....	19
	II まとめ .....	21

# 1 はじめに

## **私たち東山・まち・みらい塾第7期生は、“東の七星”を目指します！**

北の空に輝く北斗七星が北極星に離れずついて輝くように、私たち、東山・まち・みらい塾第7期生は、東山区が、訪れる人・住む人にとってよいまち・明るいまちであるよう、このまちと一緒に活動したいとの思いを込め…

## **取組のきっかけ… ～ 地域活性化の拠点としての「商店街」 ～**

東山地区は豊富な観光資源を持ち、例年多くの観光客を集める魅力的な地域です。しかし、住民にとっては、空き家の増加、人口減少・高齢化、観光シーズンの交通事情の悪化など、多様な地域課題を抱えています。

中でも、住民の方々が多く集まり、会話や交流の中心となっている商店街は、空き店舗が増加し、通りに面して閉まったままのシャッターが目立ち、まちとしてのにぎわいを失いつつあります。そこで、第7期の東山・まち・みらい塾では、この現状に注目し、地域活性化の拠点である「商店街」について考察しました。

私たちは、東山区の南部に位置する「今熊野商店街」の協力を得て、当商店街の店主の方や利用される住民の方、地域の大学生を対象としたヒアリング・アンケート調査を通じ、商店街の現状や課題を分析し、ここに、第7期塾生としての商店街を中心としたまちづくりに向けた提言をまとめました。

この取組が、今熊野商店街だけでなく、東山地域全体のまちづくりに少しでも役立てばと考えます。

## 2 今熊野商店街のまちなみのようす



BGMは“森のくまさん”



能の発祥の地、新熊野神社



区民の誇りの木  
(新熊野神社のクスノキ)

### 3 周辺観察から

今熊野商店街は、京阪東福寺駅から東へ約400メートル、徒歩約10分のところにある商店街です。東大路通に面して南北約400メートルにわたり店が連なっています。トレードマークの「くまさん」の付いたアーケードも設置され、快適に買い物が楽しめるようになっています。

商店街の最北端の西側には、足利義満が初めて観阿弥・世阿弥の能を見たとされる新熊野神社があり、境内の神木のクスノキ（天然記念物指定）が遠くからも目を引きます。

一方、神社に面した東側は、空き店舗が目立ち、雰囲気も暗く見えます。

泉涌寺の交差点は人通りが多く、交差点の西側にスーパー（ステップ今熊、サンプラザ）が位置し、利用者が多くあることから、東大路通の西側を歩く人の流れが形成されています。

商店街周辺には、泉涌寺などの観光名所がある一方、商店街の最南端から南へ行くと、京都第一赤十字病院があり、病院を訪れる人が商店街を訪れることもあります。

東山区内の大学である京都女子大学が北へ1.2キロメートルの距離にあり、商店街は大学近くの寮に住む学生の買い物場所にもなるようです。

また、この地域周辺は都市計画上、近隣商業地域に指定されており、建物の高さは15メートルに規制されています。商店街を形成する建物は概ね2階建てで、その1階は店舗、2階を住居となっています。商店街に面した建物の出入口は、一部をのぞいてほとんどが東大路通側のみにしかなく、2階の住居に住む住民は、1階の店舗を抜けて通りへ出入りするかたちとなります。

サンプラザの上層は共同住宅ですが、商店街全体では共同住宅はあまり見られません。

#### ～ 「今熊野」の地名の由来 ～

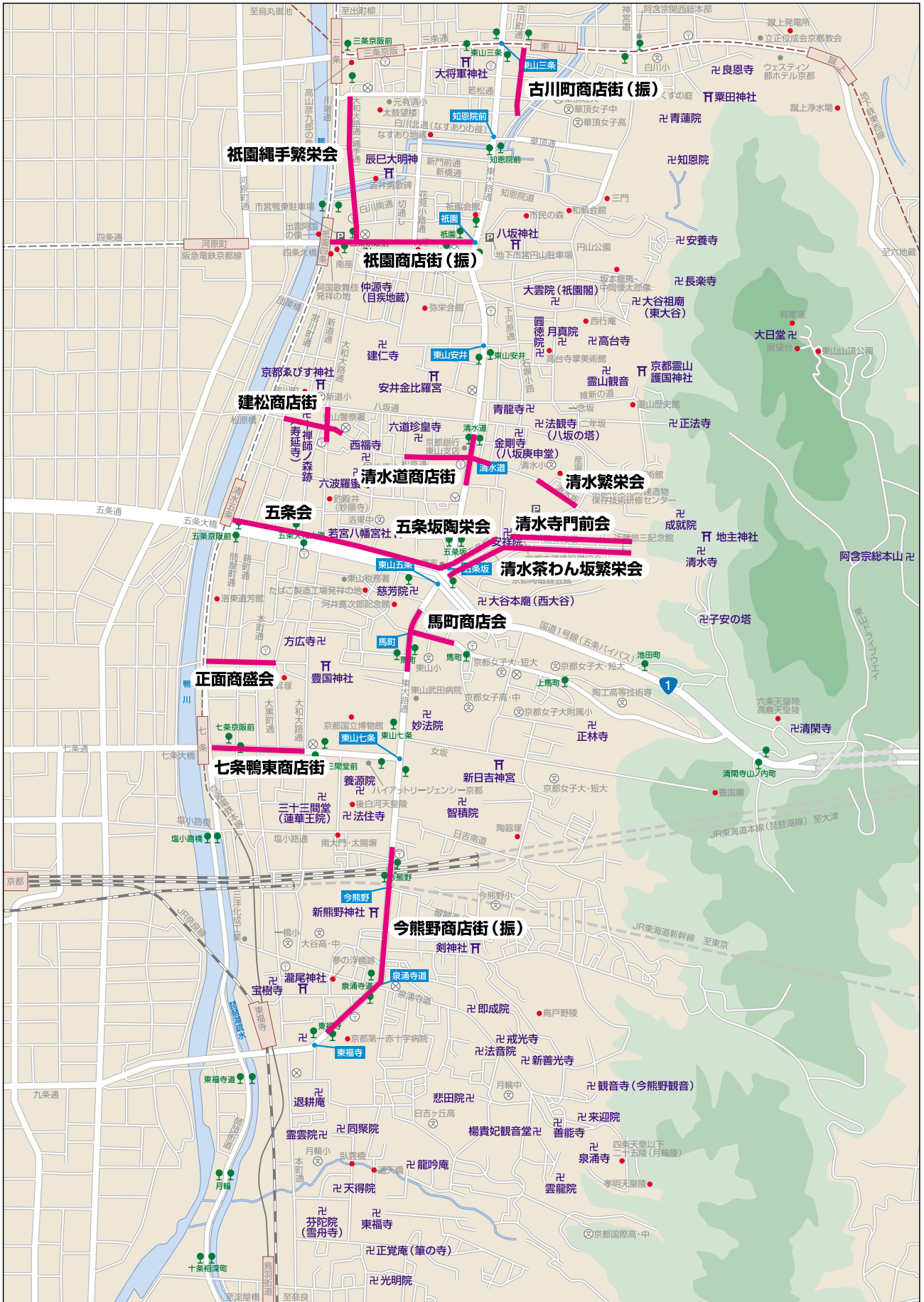
平安時代、貴族の間で熊野三山を中心に参拝する「熊野詣」が盛んに行われました。この熊野詣の歴史の中でも最も参拝の回数が多かったとされる後白河上皇は、自身の御所造営の際に、熊野の神を祀るため、その御所内に神社を建てます。新たに熊野の神を祀ることから「新(イ)熊野神社」と名付けられたとされるこの神社の名に由来して、この地域一帯を「今熊野」と呼ぶようになったとされています。

（出典：「京都の地名検証 風土・歴史・文化をよむ」京都地名研究会編）

[今熊野商店街位置图]



**【東山区の主な商店街（「2005京の商店街」京都商店連盟 商店街概況調査より）】**



## 4 調査概要

### I 利用者ヒアリング

調査方法：街頭でのヒアリング

調査日時：2009年2月14日（土）11：30～15：30 天候：晴れ

回答者数：商店街の利用者52人



調査当日は、暖かな気候の中、商店街主催のイベント「ワッハ商店街」として、餅つき（11時・13時・15時の計3回）と落語（12時・14時・16時の計3回）が実施され、多くの人でにぎわっていました。また、組合により、商店街利用者を自動車で送るサービスも実施されました。（乗用車2台）

### II 大学生アンケート

調査方法：メールによるアンケート項目への回答及びヒアリング

調査期間：2009年2月14日（土）～同月21日（土）

回答者数：京都女子大学の学生27人

### III 商店街店主アンケート

調査方法：アンケート用紙への記入

調査期間：2009年2月14日（土）～同月28日（土）の2週間

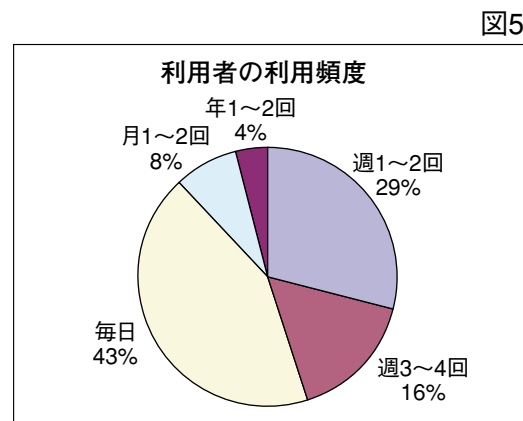
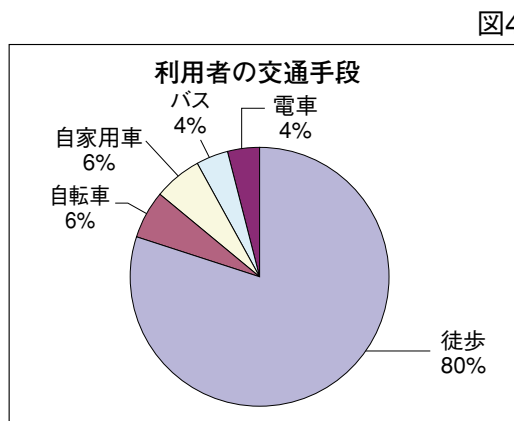
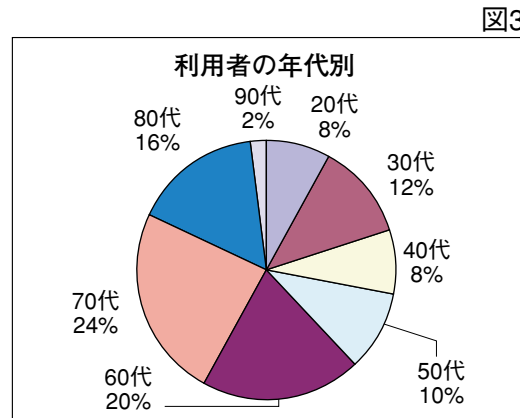
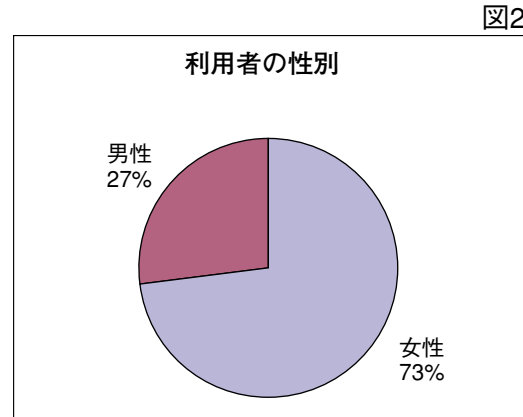
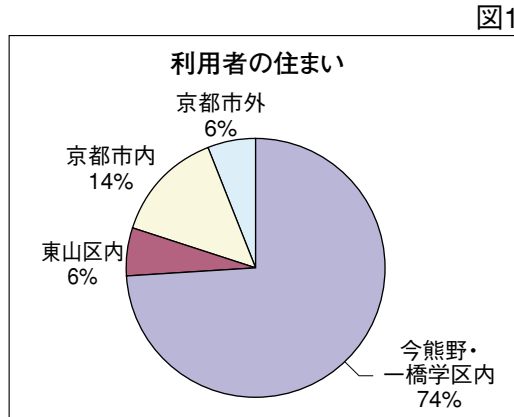
回答者数：69加盟店舗中41店舗（回収率59.4%）

（組合に配布と回収のご協力をいただきました）

## 5 商店街の現状と課題 ～それぞれの調査からわかったこと～

### I 利用者ヒアリング

#### (1) 回答者の属性と利用状況



今熊野商店街のヒアリング調査対象52人のうち、約7割が今熊野・一橋学区の住民、約7割が女性（主婦）、60歳以上が約6割を占めていました。東山区の特徴である住民の高齢化は商店街の利用者にも当てはまるといえます。（図1～3参照）

商店街へは徒歩で訪れる人が約8割を占めており、毎日利用する人は約4割です。（図4、5参照）

利用者は距離的に便利である近隣の住民が多く、また、ヒアリングから利用者のほとん

どが食料品、日用品を購入し、商店街を主な買い物場所としている人が9割を占めていました。

利用者の中には、今熊野商店街の近くにある京都第一赤十字病院に寄る人もいます。

多くの人が普段の生活の中で今熊野商店街を利用している傾向がみられました。

## (2) 利用者からみた今熊野商店街

ヒアリング調査から今熊野商店街を利用する理由として、最も多かった項目は「距離的に便利だから」で39人です。今熊野・一橋学区内の住民が多いことから、このような結果になったと考えられます。(表1参照)

次に「ずっと通っているから」に18人が回答し、顔なじみの客層が多いと言えます。また、「地域の人と触れ合えるから」12人、「お店の人と触れ合えるから」11人の結果からも、顔なじみの客層が商店街を利用する際に、商店街に触れ合いを求めていることが表れました。商店街は、地域の中心として住民が集う場所となり、そこでは人的交流が生まれていると考えられます。

また利用頻度が高いほど、商店街に触れ合いを求めて通っていることもわかりました。

その他に、今熊野商店街の商店の魅力として、「安いから」17人、「くまさんカードなどの買い物特典があるから」12人や、商店街の設備である「アーケードがあるから」を12人が回答しています。

利用者が、商店街の商店や設備に魅力を感じていることがわかります。

表1

今熊野商店街を利用する理由（複数回答）		
1	距離的に便利だから	39人
2	ずっと通っているから	18人
3	安いから	17人
4	くまさんカードなどの買い物特典があるから	12人
	地域の人と触れ合えるから	12人
	アーケードがあるから	12人
5	お店の人と触れ合えるから	11人

今熊野商店街は便利な買い物場所として利用されるだけでなく、住民の身近な場所に地域の中心としてにぎわいを形成し、人が集い触れ合える場所としての役割が求められています。

今熊野商店街のように住民が高齢化する地域では、古くから通っている住民が多いため、今後も高齢者の憩いの場所として地域に根差した活動が期待されていると言えます。

### (3) 利用者ヒアリングからみえた商店街の課題

今熊野商店街の問題点について、ヒアリング調査から次の3点の課題が考えられます。  
(表2参照)

表2

今熊野商店街の問題点（複数回答）		
1	空き店舗が多い	31人
2	駐車場・駐輪場が少ない	14人
3	魅力ある店舗が少ない	12人
4	若者向けの店舗が少ない	6人
	商店街までの坂道が不便	6人

#### ① 空き店舗、空き倉庫の増加

利用者が今熊野商店街の問題点として感じていることで最も多かった点は「空き店舗が多い」で31人が回答しています。

空き店舗が増加することは、店舗数が減るだけでなく、今熊野商店街全体としての活気やにぎわいがなくなることが問題であると言えます。

具体的に「シャッターが閉まっているのがさびしい」や「活気がなくさびれている」などと言った商店街のにぎわいを求める意見も多くみられました。

また、「魅力ある店舗が少ない」12人、「若者向けの店舗が少ない」6人と続き、商店街のにぎわいを求めるからこそ、今以上に“利用したくなる店舗”を求める利用者も多くみられます。

付近の学区の住民、とりわけ高齢者が多く、商店街の中で触れ合いを求めている利用者が多いからこそ、活性化を目指し今後も地域住民が集う場として継続していく必要があると考えられます。

空き店舗が多いままでは、商店街が地域に果たす役割としてのにぎわいや地域住民の集いの場が崩れていく可能性があります。

#### ② 商店街への交通が不便

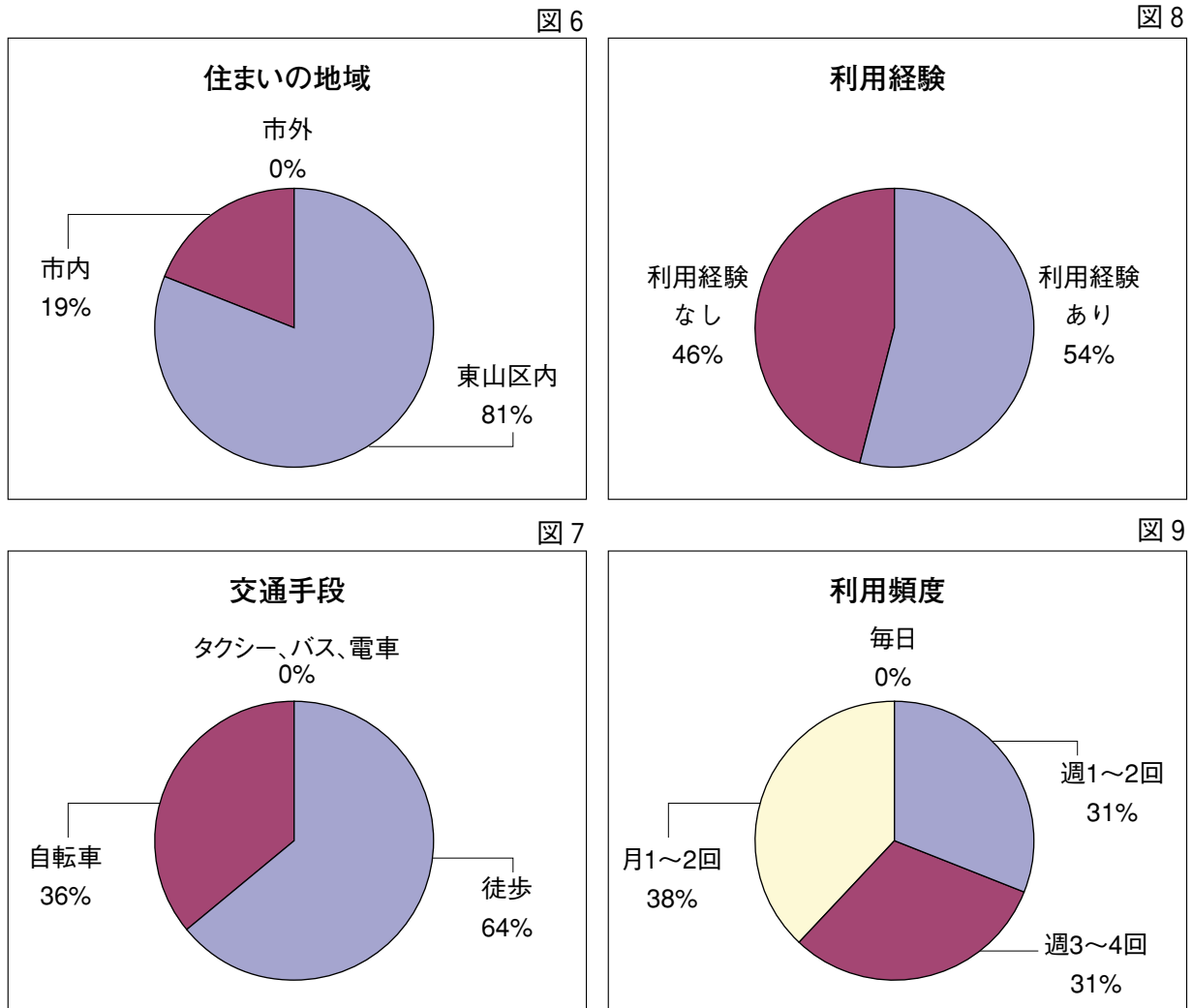
「駐車場・駐輪場が少ない」に14人回答しており、利用者の属性が近隣住民、高齢者であることから、これは駐輪場の設置を求めていると考えられ、自転車が利用しにくい状況であると言えます。また、「商店街までの坂道が不便」6人の回答から今熊野商店街特有の地形が利便性に影響していることが考えられます。

#### ③ 歩道を歩く弱者に対する心遣い

自転車が歩道を通行している現状から、子連れでの買い物が危険であることなど、歩道の安全確保についての意見がありました。今熊野商店街では高齢者の利用客も多いため、弱者に対する心遣いが必要であると考えられます。自転車のマナーはもちろん、店舗のワゴンなどで通行しにくくなっているかないかなども確認する必要があります。

## II 大学生アンケート

### (1) 回答者の属性と利用状況



調査に対して27件の回答が得られ、その中で22名の学生が東山区内在住となっています。(図6, 7参照)

商店街の利用経験では、利用したとの回答が54%と半数以上にのぼっており、調査前の予想を大きく上回る結果となりました。一般に想像される以上に、商店街を利用する学生が多い可能性が示されました。(図8参照)

今熊野商店街への交通手段は徒歩64%と自転車36%で占められており、利用頻度の回答を見ると、全回答の半数以上が週1回から週4回の利用で主な買い物の場所として今熊野商店街をあげる割合も高く(18件中11件)、生活の中で利用する頻度が高い傾向がみられました。(図9参照)

この結果から商店街は、近隣の学生にとって、主要な買い物場所のひとつと認識されていることがわかりました。

## (2) 商店街を利用する学生からみた今熊野商店街

今熊野商店街を利用する理由では、「距離的に便利」と回答している割合が非常に高く、次いで「安い」と続いています。一方で、「店主や地域住民とのふれあい」や「くまさんカード」は選択されておらず、主に「距離」や「価格」を理由として買い物の場所に選んでいることがわかります。(表3参照)

表3

今熊野商店街を利用する理由		
1	距離的に便利	70%
2	安い	20%
3	ずっと通っているから	10%

商店街の問題点としては、「魅力ある店舗が少ない」、「若者向けの店舗が少ない」など、商店街の店舗と学生の求める商品・店舗との食い違いを示す回答が多くなっていました。

また、自転車を利用する学生が多いことを反映して、駐輪場の不足もあげられています。(表4参照)

表4

今熊野商店街の問題点		
1	魅力ある店舗が少ない	32%
2	若者向けの店舗が少ない	22%
3	駐車場・駐輪場が少ない	19%

さらに、今後、商店街に求めることの調査結果から、商店街全体に対しては、にぎやかな雰囲気を求める意見があげられており、個々の店舗に対しては、「品揃えの充実」や「休日営業」を求める意見があげられています。(表5参照)

表5

今後、商店街に求めること (自由記述)
①活性化に関する意見 ・活気があふれてほしい ・もう少し明るい雰囲気を
②販売・営業内容に関する意見 ・安くて品揃えがよくなってほしい ・日曜も営業してほしい

### (3) 商店街を利用しない学生からみた今熊野商店街

商店街を利用しない理由では、「距離的に不便」と「駐車場・駐輪場が少ない」の2つに回答が集中しました。(表6参照)

表6

今熊野商店街を利用しない理由		
1	距離的に不便	80%
2	駐車場・駐輪場が少ない	20%

「その他」の回答では、正しい情報提供があれば改善が望めるような、イメージに関する問題、情報不足に関する問題があげられています。(表7参照)

表7

その他(自由記述)
<ul style="list-style-type: none"><li>・近くに馬町商店街があるから</li><li>・どこに何があるのか分からない</li><li>・暗いイメージがあって行きたいと思えない</li><li>・地理的知識がないから</li></ul>

商店街を利用しない学生の主な買い物の場所をみると、「家からの近さ」「品揃えの良さ」「営業時間の長さ」というような特徴を持つ場所で買い物をしています。(表8参照)

表8

主に買い物をする場所・お店
<ul style="list-style-type: none"><li>・コンビニ</li><li>・スーパー</li><li>・近くの商店街</li></ul>

最後に、今後、今熊野商店街を利用するようになるための条件(求めるもの)をみると、「(魅力的な)情報」や「駐輪場」、「若者向けの店舗」、「営業時間」といった、これまでの回答でもみられた条件と共通するものがあげられています。(表9参照)

表9

商店街を利用するようになる条件(自由記述)
<ul style="list-style-type: none"><li>・魅力的な情報が届けば利用する</li><li>・自転車で行きやすくなる(駐輪場がある)</li><li>・商店街にしかないものがあれば利用する</li><li>・利用したくなるような店づくり</li><li>・安くて大きなスーパーができれば</li><li>・夜道が明るくなれば</li><li>・遅くまでやっていたら</li><li>・きれいになって栄えたら</li></ul>

#### (4) 大学生アンケートからみえた商店街の課題

##### ① 情報の不足

商店街に目や足が向かない学生には、商店街のある場所、お店の種類、値段、特典、イベントなどの情報が必要とされていると考えられます。また、実際に訪れる前に、「暗い」などの先入観を抱いている学生もいると思われ、実際の商店街の姿を伝えることが商店街に足を運んでもらうきっかけづくりに必要と考えられます。

##### ② 駐輪場の不足

徒歩又は自転車の利用が多く、自転車を利用しやすい環境、特に駐輪場の設置が望まれていると考えられます。

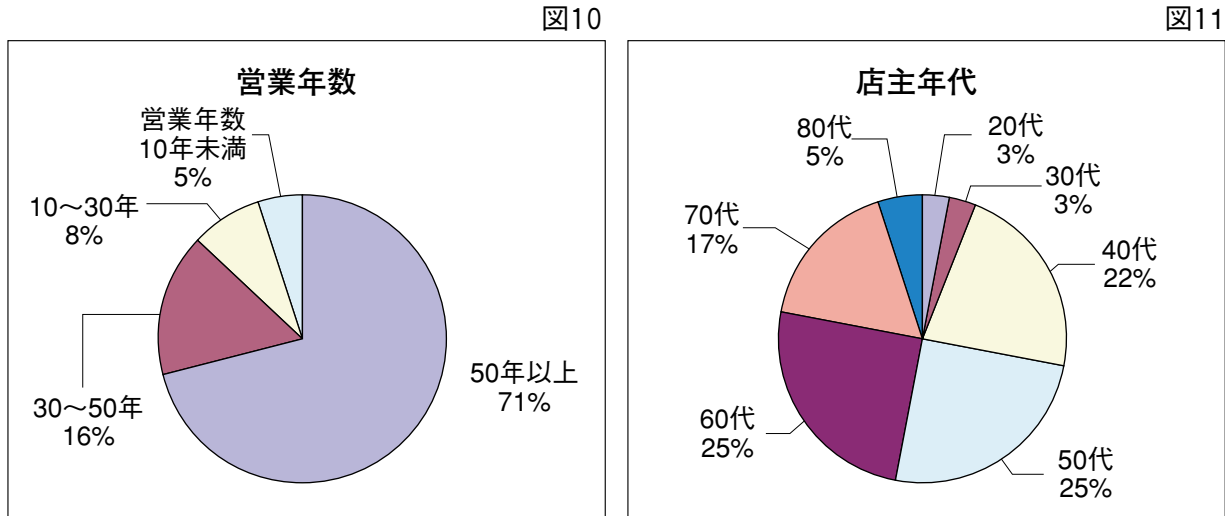
##### ③ 若者に受け入れられる“魅力”の不足

日常的に商店街を利用する学生の割合が比較的多かったものの、利用する学生からは、魅力的な店舗または若者向けの店が少ないという意見がありました。このことから、商店街は、現状では学生にとって食料品や日用品を購入する身近な買い物場所とはなっていますが、他の買い物場所と比べて考えると、その魅力は不十分と感じていることがうかがえます。

学生側から商店街へ積極的なアプローチがあるとは考えにくいため、このままでは、学生と商店街の間の距離は縮まらず、近隣に住む学生以外の学生利用客を見込むことは難しいと考えられます。より多くの学生の利用を求めるには、何らかの形で“垣根”を取り払い、若者を引きつける商店街をつくることが求められます。

### Ⅲ 商店街店主アンケート

#### (1) 商店街店舗の営業年数と店主の年代



調査に対して41件の回答が得られました。

店舗の営業年数では、50年以上営業している店が71%、30～50年営業している店が16%を占めており、商店街に定着していることがわかります。(図10参照)

店主の年代は50代以上が70%以上を占めて高齢化が進んでおり、20代30代はそれぞれ5%にも達していません。また、利用者の年代も、50代以上が70%以上を占めていることから(図3参照)、店主と利用者とは相関関係にあると考えられます。(図11参照)

#### (2) 商店街の客層

商店街を利用する客層は、「高齢者」と「主婦」が多くを占めました。(表10参照)

表10

多い客層 (複数回答)		
1	高齢者	18人
2	主婦	16人
3	会社員	7人

利用しない客層は、小中高生や学生といった若者が多いことがわかります。また、観光客も少ない客層の上位にあげられています。(表11参照)

表11

少ない客層 (複数回答)		
1	小中高生	22人
	観光客	22人
3	学生	18人

### (3) 店主の考える商店街の問題点

表12

商店街の問題点 (複数回答)		
1	空き店舗が多い	18人
2	駐車場・駐輪場が少ない	13人
	周辺地域の人口の減少・高齢化	13人
4	後継者難である	9人
5	魅力ある店舗が少ない	7人
6	若者向けの店舗が少ない	5人
7	商店街活動への参加意識が少ない	4人
8	商店街までの坂道が不便	3人
9	24時間スーパーとの競争	1人
	子連れでの買い物が不便である	1人
	観光シーズンに混む	1人

店主の考える商店街の問題点としては、「空き店舗が多い」との回答が一番多くあげられました。これは、利用者の考える課題と一致しています。また、2番目に多い「駐車場・駐輪場が少ない」は、学生の商店街を利用しない理由と一致しています。4位の「後継者難である」では、9人のうち7人は50年以上営業している店でした。これは、2番目に多い「周辺地域の人口の減少・高齢化」と共通の問題であるといえます。(表12参照)

#### (4) 商店街の活動に対する店主の反応

表13

よかったと思う活動（複数回答）		
1	夏祭り	10人
2	ワッハ商店街	2人
3	餅つき	1人
	抽選会	1人
	ポイントカード	1人
	新年会	1人
	新熊野神社830年祭協賛事業	1人
	全部よかった	1人

今熊野商店街として行っている活動で、店主がよかったと思う活動という問いに対し、回答された16人中10人が「夏祭り」と答えており、商店街側として力を入れているイベントだとわかります。「夏祭り」と答えた理由として、「地域住民からの注目度が高い」「商店街の一体感がある」「地域活性化になるから」などがあげられています。地域活性化に効果がある取組への評価が高く、商店街店主の地域貢献意識の高さがうかがえます。（表13参照）

その他の意見としては、「ワッハ商店街」「餅つき」「抽選会」「ポイントカード」など、また「全部よかった」という回答もありました。商店街ではいろいろな取組が行われていることがわかります。

## (5) 商店街の今後の取組

表14

商店街として今後取り組んでみたいこと(自由記述)	
イベントの開催や企画に関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若い人を呼び催し</li> <li>・商店街に人が集まること</li> <li>・資金面の問題もありますがいろいろなイベントをやってほしい</li> <li>・(夏は夏祭りで多くの人を集められるので)冬にも夏祭りと同規模程度のイベントをやってはどうか</li> <li>・他の商店街とのイベント、活性化</li> <li>・地域の集客力のあるイベントに相乗りして商店街の魅力をアピール。イメージアップ!</li> </ul>
地域との連携に関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の皆さんに喜んでいただける町にしたい。昔のような活気を取り戻したい。地域全体にまずごみをなくす活動からはじめたらよいと思う</li> <li>・地域と協働した活動</li> </ul>
空き店舗対策に関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空き店舗対策</li> <li>・集客力のある店舗を誘致したい。最低限シャッターの閉まった店はなくしたい</li> </ul>
視察や勉強会の実施に関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・例えば、高齢者層に的を絞った商店街の活性化を念頭において成功事例の視察に行ったり、アイデアを出し合ってメンバーで議論していくことを定期的実施すべきだと思います</li> </ul>
ポイントカードに関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポイントカードの全店導入</li> <li>・ポイントカード事業の更なる普及</li> </ul>
商品開発や販売方法に関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今熊野オリジナル商品の開発</li> <li>・商店街全体でテーマを決めた売り出しをしては。例えば「鍋」をテーマに野菜、肉など各店舗で安売りを行う</li> <li>・定額給付金が出ると商店街でお得な商品チケットをつくってみてはどうか</li> </ul>

今熊野商店街として、今後の取組でやってみたいこととして、上記のような様々な意見があげられ、商店街店主の多くが、現状に満足せず、新しい取組に意欲的であることがわかりました。

最も多かったのは、イベントの開催や企画に関するもので、現在行われている夏祭りのほかに商店街一体となったイベントの開催を求める声がありました。中には、「他商店街とのイベント」をやりたいという意見もあり、今後このように他の商店街と協力した取組が実現されれば、東山区全体のにぎわいにもつながります。(表14参照)

また、商店街店主が成功事例の視察に行ったり、アイデアを出し合って議論していくことを促す意見もありました。

## (6) 商店街店主アンケートからみえた商店街の課題

### ① 空き店舗の増加

利用者と共通して、多くの店主が商店街の空き店舗の増加に問題意識を持っています。閉まったままのシャッターは、商店街の雰囲気や損ねています。とりわけ、北側の店が多く閉まっているのが目に付きます。

### ② 利用者及び商店街の高齢化

利用者の高齢化が進むと、商店街まで足を運んでくれなくなる恐れがあります。つまり、従来のように商店街へ出向いて買い物をするのではなく、宅配などを使って自宅から出ずに買い物を済ませてしまうことが考えられます。

長く続いた店舗は地域の人にとっては顔なじみの店であり、そこには触れ合いも生まれています。しかし、店主が高齢化し、後継者がいなくなれば、店をたたまざるを得ず、空き店舗の増加やシャッターが閉まったままになり、結果として商店街全体のにぎわいが失われることにもなりかねません。

### ③ 駐車場・駐輪場の不足

現状では、商店街に買い物に来る人は、お店の前に車や自転車を停めています。そのことにより、通行に支障をきたしているところもあります。駐車場・駐輪場を確保することで、もっと便利で安全に商店街での買い物を楽しんでもらうことができます。

### ④ 集客力のある店舗づくり

「魅力ある店舗が少ない」「若者向けの店舗が少ない」「集客力のある店を誘致したい」など、店主が現状では魅力ある店舗が十分でないという評価をしていることがわかりました。

しかし、多い利用者層である高齢者や少ない利用者層である観光客や学生など、どの客層を対象とするかによって、魅力ある店舗の内容は異なってきます。

### ⑤ 商店街組織のまとめ

店主アンケートでは、「商店街が一体となって行うことが大切である」「商店街全体として意見を出し合い、議論することが必要である」という意見がみられました。

個々の店主が普段から商店街活動に積極的に参加し、商店街組織として一体となることが求められています。

## 6 地域の活性化に向けた対策・提言 ～今熊野商店街での調査から～ …

本調査から、今熊野商店街に地域住民が多く訪れている現状と、空き店舗の増加をはじめとする同商店街が抱える課題がわかりました。

最後に、これらの調査結果をもとに、商店街を拠点とした地域の活性化に向けた対策・提言としてまとめてみたいと思います。

私たちは、商店街が単なる「買い物場所」としてだけでなく、  
「人が集い、しゃべり、  
          交わり、  
          暖まり、  
          心踊り、  
          彩りあふれる 場所」

として成長することで、地域の活性化の拠点となると考えます。それを、私たちは「<sup>つどりば</sup>集り場」と名づけました。

### I 今熊野商店街における“<sup>つどりば</sup>集り場”づくりのアイデア・方策

#### ① 空き店舗の利用

商店街のにぎわいを形成し、今後も集いの場を提供するために空き店舗、空き倉庫を利用することが必要ではないかと考えます。

#### ・気軽に立ち寄れる場として利用

実際に今熊野商店街の中では、空き倉庫だった店舗を地元の人が買い取り、洋裁・手芸教室が開かれることとなった例があります。このように日常の買い物だけでなく、気軽に立ち寄れるお店へと利用することも可能であるといえます。様々な業種の商店が開かれることによって、商店街としての強みにもつながると考えます。

また、お店以外に地域住民の“寄り合いの場”、“待ち合いの場”となる休憩所等としての活用も視野に入れることで、商店街が“<sup>つどりば</sup>集り場”になると考えます。

空き店舗や、空き倉庫を地域住民へと開放することも必要ではないでしょうか。

#### ・駐輪場としての活用

現在、利用客の約8割が徒歩ですが、一方、自転車を利用しやすい環境づくりも望まれているといえます。空き店舗、空き倉庫から駐輪場、駐車場から駐輪場へ転用することにより、若者を含めたより多くの年齢層が集まりやすくなると考えます。

また、今後の方策を検討する際には、京都市が実施している「商店街等環境整備支援事業」などの支援策を活用してはどうでしょうか。

## ② 高齢者向けのサービス

今熊野商店街の利用者は高齢者層が多く、昔から商店街に愛着を持っていると考えられます。高齢者をターゲットとして絞り、高齢者に向けたサービスの提供の必要があるといえます。

商店街では、高齢者に買い物に来てもらうため、自動車で送るサービスを実施しました。

その他に、アンケートにおいて商店街に望むことを聞いたところ一人暮らしの高齢者への一人分の食材の提供などが求められていました。これは学生にも共通するサービスであると言えます。

## ③ 歩行者の安全確保

歩行者の安全確保として、自転車のマナーに対する啓発の強化や歩道にせり出した店舗のワゴンや商品展示、看板等の管理などを行う必要が考えられます。商店街の中を安全な状態にすることで、現在多い利用客層の高齢者だけでなく、子連れでの利用客も増えていくきっかけとなります。そこで、商店街内を走る自転車により一層注意を呼びかけることなどがが必要です。また、駐輪場を設置することで、歩道に流入する自転車を抑制し、歩行者と自転車の接触の恐れも減るのではないかと考えます。

## ④ 学生（若者）への情報提供の充実

チラシなどはアパートやマンション、大学など、学生に届きやすい場所を選んだ配布が必要ではないかと考えます。また、学生はインターネットの利用頻度が高いと考えられるため、今熊野商店街振興組合が運営するホームページの存在を、広告等でアピールしていくことも有効ではないかと考えます。

## ⑤ 学生（若者）と商店街を結びつける活動

現状では、商店街を主な買い物場所として利用するのは、商店街周辺の学生だけに限られています。

そこで、買い物以外の目的で商店街に学生が集まるしかけをつくってはどうか。それには、大学生自らが商店街の“<sup>つどりば</sup>集り場”づくりに参加し、お互いの関係が密になることが効果的であると考えます。

例えば、能の由来のある新熊野神社において、大学の能楽サークルと共同のイベントを開催することや、空き店舗・空き倉庫を開放して、学生にディスプレイを創作してもらうなどの自由な発表・表現の場として活用してもらうことなどが考えられます。

また、若年層の利用者を増やすためには、店主と利用者が相関関係にあることから(14ページ参照)、若年層の店員の起用も有効であると考えられます。

## II まとめ

東山区では人口減少及び高齢化が進んでおり、活力の低下が危惧されます。しかしそのような中でも地域に根差した商店街は「身近な買い物場所」であるだけでなく、今後も地域の人にとって「地域の人が集まる場所」として活力を生み出す重要な存在のひとつとなると考えます。

商店街では、個々の店舗の努力や商店街主宰のイベントにより、にぎわいを生み出していますが、地域とのつながりを深めれば、商店街を越えて地域全体の活性化を生むのではないのでしょうか。

具体的には、地域自治組織との連携、もしくは周辺の寺社や大学と連携するなど、地域特性を生かした取組を地域と協働して行うことが重要です。このように、地域と協働し地域の活性化にも力を入れることは、今後の商店街のにぎわいや継続にも不可欠であると考えます。

東山区には多くの商店街が分散して存在しています。それぞれの商店街においても、今熊野商店街と同様の課題を抱えていると考えます。各商店街を地域の拠点として活性化していくことで、東山区全体の活性へとつながっていくのではないのでしょうか。人が集まる場所をそれぞれの地域で形成していくことで、東山区の活性化になると考えられます。

### 七星 メンバー紹介&ひとこと

- ☆ 学生アンケートでは、考えていた以上の結果を得ることができ、面白いものになったと思います。  
(オンリーティーンエイジャー・タカモリ)
- ☆ 商店街調査をして、想像していたイメージと現実にはギャップがあることに気づきました。その中でも特に、多くの学生が商店街を利用している事実を知り、驚きました。この調査を通し、実際に自分の目で見ると聞く・体験することの大切さを学びました。  
(就活ガール・キシモト)
- ☆ ヒアリング調査をして、商店街を利用している人の多くが商店街に触れ合いを求めているように感じました。東山区が活性化していくためには商店街の力が必要だと思います。今後も商店街と地域が協働していくことが大切だと思いました。  
(がんばりや4回生・ハナザワ)
- ☆ 商店街調査から、まちの拠点として、商店街の重要性を強く感じるとともに、一方で商店街が抱える課題の複雑さに触れることができました。商店街と地域のために、多くの方が考え、行動されている姿から、まちづくりの基本を学ぶことができました。  
(頼れる白一点・コンノ)
- ☆ 今熊野商店街は地域に愛されていることがよくわかりました。今後、商店街と大学との連携事業がいろいろ生まれれば東山区は盛り上がっていくのではと思います。  
(好奇心旺盛“三十路”・タナカ)
- ☆ まちづくりのアドバイザーとして関わらせていただきました。商店街のお客さんへのヒアリング、私も参加しましたが、真剣に商店街の将来について語ってくれる方がいて、「愛されている地域なんだなあ」と実感しました。  
(おとうさんアドバイザー・サトウ)
- ☆ 事務局として塾生のサポートをさせていただきました。たくさんの方にご協力いただきながら、塾生が一生懸命に地域・商店街の活性化について考えて作成した冊子になっています。たくさんの方にご覧いただければ幸いです。  
(縁の下の力持ち・事務局・イトウ)



<発行>

**東山・まち・みらい塾 第7期生**

(東山・まち・みらい塾 事務局)

京都市東山区役所まちづくり推進課

〒605-8511 京都市東山区清水5丁目130-6

電話 561-9114 FAX 541-7755