

Research Paper Series

No.123

商店街活性化への新たなる端緒

-組織連携の潤滑油としての学生の可能性-

石川満・伊藤篤志・卯木啓之・内山治・大津裕美・廣澤創⁺

2013年3月

⁺ 首都大学東京大学院ビジネススクール博士前期課程。

商店街活性化への新たな端緒
—組織連携の潤滑油としての学生の可能性—

石川満、伊藤篤志、卯木啓之、内山治、大津裕美、廣澤創¹

第1節 序論.....	1
第2節 先行研究・事例検討と本稿の視点	2
2.1 中心市街地の衰退.....	2
2.2 商店街の持つ多面的役割	2
2.3 「場」としての商店街.....	3
2.4 商店街活性化の要因	4
2.5 本稿の視点.....	5
第3節 事例分析.....	6
3.1 小倉都心地区商店街	6
3.2 来街者へのアンケート調査.....	7
3.3 行政機関へのインタビュー.....	8
3.4 商店街組織へのインタビュー	8
3.5 NPO、企業へのインタビュー	11
第4節 考察.....	13
4.1 仮説の検討.....	13
4.2 学生の活動による商店街の活性化と連携の可能性.....	14
4.3 さいごに	15

第1節 序論

全国の自治体において、中心市街地活性化の問題がとりあげられて久しい。90年代以降、大手小売業による郊外への大量の大規模店舗の進出や消費者のライフスタイルの多様化、さらに長引く不況による消費低迷が加わり、中心市街地の長期衰退傾向が鮮明になっている。その間、地域社会との継続的關係を維持してきた商店街の衰退もまた、加速する一方である。2007年商業統計では、小売業の事業所数は約113万7千店で前回の2004年に比べ約10万店(8.2%)減少し、ピークであった1982年調査の約172万1千店からは約58万店(34.0%)が姿を消している。また2009年商店街実態調査においても、商店街の景況感は「衰退している」「衰退の恐れがある」をあわせると77.6%となっている。このように全国の商店街をとりまく環境は非常に厳しいといえる。

しかし、そもそも商店街が衰退すると何が困るのだろうか。商店街でなければならない理由はどこにあるのだろうか。

本稿では、商店街をとりまく商店、住民、行政等各ステークホルダーが、商店街に多様な役割を期待していることに着目する。各ステークホルダーが商店街に対して持つ期待は様々だが、商

¹ 首都大学東京大学院ビジネススクール博士前期課程。

店街はそれらの期待に応じた役割をなんとか果たそうとしている。そうした多様な役割を担う商店街の維持・活性化こそが、不況にあえぐ地域経済の回復において重要な鍵を握っているのではないか、そのためには内部のまとまりや外部組織との連携が必要なのではないかと思われる。

以下、第2節では、中心市街地衰退の原因について触れるとともに、先行研究・事例を踏まえて、地域経済における商店街が果たす役割の重要性とその活性化手法を整理する。第3節では、小倉都心地区商店街でのリサーチ結果をまとめ、第4節では、リサーチの結果から、内部のまとまりや外部組織との連携において学生が潤滑油としての機能を担いつつあるということを説明する。

第2節 先行研究・事例検討と本稿の視点

2.1 中心市街地の衰退

中心市街地は商業集積地である商店街を中心に拡大してきた歴史があるが、現在、商店街の衰退とともに中心市街地そのものが衰退しつつある。衣川(2011)によると、その原因として二つの点が挙げられる。

一点目は、都市のスプロール化とモータライゼーションの発達である。高度経済成長期には、都市計画によって郊外住宅地の開発が全国的に進められた。その結果、中心市街地の人口が減少し、郊外の市街地に拡散するドーナツ化現象が起こった。また、各家庭に1台以上の自家用車が普及し、外出に自動車を使うことが当たり前になった。それに伴い、大規模な公共事業によって道路の拡幅やバイパス建設による交通インフラの整備が行われた。幹線道路沿いにはロードサイド店と呼ばれる大型店舗が並ぶようになり、自家用車を乗り入れにくい中心市街地には人々が流れなくなった。

二点目は、「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」(以下「大店法」という)の廃止と「大規模小売店舗立地法」(以下「大店立地法」という)「改正都市計画法」(旧)「中心市街地活性化法」(いわゆる「まちづくり3法」)の施行である。この「まちづくり3法」は、郊外型大規模店舗を誘致しながら、中心市街地活性化に取り組むという矛盾した構造になっていた。もともと「大店法」は、消費者の利益に配慮しつつ、地域の中小小売業者と大規模小売店舗の商業調整を行うことを目的としていた。しかし、日米構造協議における米からの市場開放要求と、経団連が求めた規制緩和により、2000年に「大店法」は廃止された。代わりに制定された「大店立地法」と「改正都市計画法」によって、幹線道路沿いの工場跡地や農地に、ショッピングセンターが乱立することになった。これにより、中心市街地は大きなダメージを受け、一気に衰退が進むこととなった。

また、大規模小売店舗は単純に数を増やしているわけではない。規制緩和によって競争が激化しスクラップアンドビルドが進行している。早乙女(2005)によれば、2000年の大店立地法施行以降、2003年には313件、2004年には426件の郊外型大規模店舗が新設されているが、一方で比較的面積の小さな店舗が、毎年約50件撤退している。また、撤退後に同様の大規模小売店舗が新設されるのは約1割である。

2.2 商店街の持つ多面的役割

郊外型大規模店舗は短期的な収益が低迷すれば撤退するため、地元住民の雇用や生活を長期に

渡って安定的に支える基盤とはなりにくい。その点において、今まで、そしてこれから先も中心市街地の商店街が担う役割は、地域経済の活性化に不可欠なものといえる。それでは、商店街が担う役割とは具体的にどのようなものだと考えられてきたか。ここでは、石原(2006)、石原・西村(2010)、中沢(2001)、矢作(2005)及び中小企業庁ホームページをもとに、「商店」「住民」「行政」のステークホルダーごとに見ていくこととする。

はじめに、商店にとっての商店街の役割は、①集客機能の提供、②消費意欲の喚起、③商店主同士の連帯であると考えられる。

①集客機能の提供とは、街路沿いに商店が並んでいることで、人々が店の前を通り商品を目にする機会が増えることや、個店では訴求が難しい層の人々が来店する可能性が高まることである。②消費意欲の喚起とは、人々が多くの商品を目にするうちに、当初の目的以外の商品にも消費意欲がわく可能性のことである。③商店主同士の連帯とは、他の商店主とかかわりを持ち、情報交換をしたり連携してイベントを実施したりすることである。これらは個人の商店主が商売を継続する上で重要である。

次に、住民にとっての商店街の役割は、①期待感の提供、②愛着やなじみの対象、③雇用の創出であると考えられる。

①期待感の提供とは、石原(2006)によれば、商店街の小売業は、商品を販売することによって、人々に商品との出会いを演出する。その出会いの可能性に魅せられて人々は商店街に集まり、賑わいが生まれる。商店街は、人々に単なる商品ではなく「未知への期待感(118頁)」を提供している。②愛着やなじみの対象とは、商店街は長い期間をかけて地域に形成されるため、住民と商店主との関係が構築されやすく、住民の私的な記憶の舞台にもなりやすい。そこから住民は商店街に対して愛着を抱き、商店街はたんなる購買先以上の意味を持つようになることである。③雇用の創出とは、商店街とは事業の集積地でもあり、地域の雇用ニーズにとって重要な受け皿となっていることである。

最後に、行政にとっての商店街の役割は、①都市のシンボル、②比較的安定した税収源であると考えられる。

①商店街は都市のにぎわいを象徴する「シンボル」として人々に認識されている。中沢(2001)によれば、1998年に制定された「中心市街地活性化法」(以下「中活法」という)は、市の中心部の商業(小売業)の活性化ぬきに、市街地の活性化はありえないとしている。商店街が活性化していれば、それが求心力となって人々を呼び寄せるが、商店街がさびれると都市そのものが衰退している印象を与え、足を遠のかせてしまう。都市の魅力づくりにとって商店街の活性化は欠かせない課題と位置づけられている。

また、②比較的安定した税収源とは、矢作(2005)において指摘されている。和歌山市では、郊外型大型店の進出で中心部商店街がシャッター通りに零落した結果、中心部商業地の地価が半分になり市の固定資産税額に大きな影響が出ている。また米国のウォルマートの事例から、郊外型大型店の増加とそれに伴う商店街の疲弊は、所得の域外流出を発生させることも指摘されている。

2.3 「場」としての商店街

ステークホルダーの存在は、もちろん商店、住民、行政だけに限定されない。商店街は広い場

として存在しており、多くのステークホルダーが関わってくる。特に近年では NPO 法人や大学なども、商店街という「場」において、それぞれ様々な目的をもって活動を行なっている。

この点、中小企業政策審議会中小企業経営支援分會商業部会（以下「商業部会」という。）が 2009 年 1 月に公表した『「地域コミュニティの担い手」としての商店街を目指して～さまざまな連携によるソフト機能の強化とひとづくり～』は、商店街について、「地域住民の憩い・交流・娯楽の場、地域に関わる情報の宝庫、地域の対外的な顔であり、商品売買の場としての存在を超えた社会的・文化的な中心、地域の雰囲気醸成する空間であったといえることができる。(3 頁)」と説明している。こうしたことから、商店街とは商店街組合やそれを構成する各個店に加え、地域住民や多様な組織がそれぞれに目的をもった活動を行うことでその活性化を図る「場」なのであるといえる。

このように、場としても理解できる商店街には、多様な役割がある。地域経済の活性化についても、多様な役割が期待されているといえる。

2.4 商店街活性化の要因

では、具体的に商店街の活性化にはどのような要因が必要なのか。

まず商店街活性化の成功要因として「商店街組織内における関係性」を主張しているのは、畢(2006)である。畢は、同一市内において外部環境が類似する 2 つの商店街を比較し、商店街の盛衰は外部環境の変化ではなく、むしろ変化する環境に対する商店街組織の対応活動に起因することを導いた。

明確な権限のヒエラルキーが存在しない商店街組織においては、構成員間の相互作用に基づくインフォーマルな調整メカニズムが構成員の意思決定に重要な役割を果たし、その働きの違いは組織活動の差異になるとした。

一方「商店街組織とは別の外部組織との関係性」を主張する先行研究として、長田神社前商店街を事例とした横山(2013)が挙げられる。同商店街では、ポイントカード導入に当たり「端数ポイントを寄付する」という仕組みを導入した。それにより、寄付先となる非営利団体（婦人会、NPO 等）が、自己への寄付額を増加させるために会員獲得に積極的に働きかけるという当初は想定しない外部組織の協力を得ることができた。その結果、予想よりも遥かに多くの会員数を獲得することができた。また、端数ポイントの寄付が地域貢献につながることから、商店街と顧客の間関係が、従来の「商業者 vs 消費者」から「ともに地域を支え盛り上げていく仲間同士」という新たな協調的な形へ変化する可能性を主張している。

両主張の連続性については、二宮(2012)が福岡天神地区商店街を事例として「商店街組織内の関係性の構築」から「商店街組織とは別の外部組織との関係性」への拡張を主張している。

福岡天神地区においては、カリスマ的なリーダーが不在であったにも関わらず、商店街組織におけるインフォーマルな調整メカニズムが有効に働いた。それにより実現した商店街組織内の意思統一が、単一組織内のみならず、外部の百貨店と連携した相互扶助的な送客や宣伝を実現した。その後、複数の商業者に伝搬して行き、最終的にはより広い地域の異業種事業者を巻き込んだ活動へとつながっていった。

2.5 本稿の視点

以上の先行研究から、商店街という「場」における商店街組織内部の関係性と外部組織との関係性の両面について、研究が進められてきたことがわかる。また、成功事例をもとにした商店街研究においては、内部組織が主体となりながら外部組織の力を積極的に利用することが注目されているようである。

これらを踏まえ、我々もまた、「商店街組合と各個店が組織としてまとまりを持って主体的に行動するとともに、積極的に外部組織を巻き込むこと」が商店街という「場」を活性化させる主要因であると考えてみることにしたい。少し視点を広げてみれば、こうした仮説のもとで理解できる事例は数多く存在している。

神奈川県横浜市の六角橋商店街は、全国的な商店街衰退の波に逆らえず、2店舗あったスーパーマーケットのうち1つが撤退し、2つあった映画館は両方ともなくなる等衰退傾向にあった。しかし、商店街活性化のために商店街組合が中心となり、商店街での「プロレス」や「大道芸まつり」等多くのイベントを開催し、商店街のにぎわい作りに努めている。その結果、全国でもイベントの多い商店街として知られ、TVのまち紹介番組でも取り上げられるほどの知名度となった。さらに地元・神奈川大学の学生の協力を得て実施した「ドッキリヤミ市場」や商店街の「火災復興ライブ」等のイベントが次々成功を収めている。

長崎県佐世保市のさせぼ四ヶ町商店街では、基幹産業であった造船業の不振や大型商業施設の郊外展開等により商業環境が厳しくなっていた。そんな中、中心市街地の空洞化を危惧した若手経営者が中心となり、にぎわいの創出を目指した取組みを進めている。その取組の1つとして、月に2回「若者・馬鹿者・よそ者会議」を開催し、商店街関係者だけでなく学生や会社役員等様々な立場の人たちの意見を募り、商店街活性化のための検討をしている。

この会議から「きらきらフェスティバル」、「YOSAKOI させぼ祭り」等の様々なイベントが生まれており、「YOSAKOI させぼ祭り」については、佐世保市以外からの参加団体が100以上、集客27万人、経済効果20億円の大イベントに成長している。それ以外の外部組織との連携も盛んであり、地元大学（長崎県立大学、長崎国際大学、九州大学）の学生達との協働による「させぼ港まちづくりスタジオ」、NPO法人「子どもと女性のエンパワメント佐世保」との連携による親子広場「よんぶらこ」、商店街関係者と地元企業や住民の出資によるコミュニティFM局「はっぴい！」開設等様々な活動が行われている。

これらの商店街はいずれも、不況にともない商店街内部の経営資源が減少し危機感を感じる中で組織としてまとまり、内部組織の力だけに頼らず、積極的に外部組織の力を借りる等、知恵と工夫により商店街活性化を果たしていることがわかる。

以下では、こうした仮説の下、小倉都心地区商店街を考察していくことにしたい。事例の選定に際しては、首都大学東京大学院ビジネススクールにおけるアクションリサーチと呼ばれる実践的授業の成果を利用した。その限りでは、小倉都心地区商店街は、これまでの先行研究が取り上げてきたような意味では、先駆的商店街とはいえないかもしれない。しかし逆に言えば、そうした商店街において仮説がどのように理解できるのかを問うことは、商店街研究にとって重要な意味を持っているといえるだろう。

第3節 事例分析

3.1 小倉都心地区商店街

3.1.1 小倉都心地区商店街の歴史及び中心市街地活性化基本計画

北九州市教育委員会編『北九州市文化財調査報告書(第22集)“小倉城”』(1977)によると、北九州市最大の中心市街地である小倉は、江戸時代に細川氏が小倉城を築城した際に整備した城下町が基となり発達してきた。江戸時代に作成された絵図からは、城下町が紫川の右岸に形成され、碁盤の目のような町割りがなされており、幕末までには現在の魚町銀天街と同じ位置に「魚町筋」や「鳥町筋」が存在していたことがわかる。明治以降は行政区域として認識され、町人が集積し商業地域として発展してきた。JR小倉駅と市役所等に挟まれた駅南西側には、「魚町銀天街」「京町銀天街」「魚町サンロード商店街」等、21の商店街組合と4の市場組合による商店街が形成されるに至った。

大規模店も、小倉都心地区で1936年(昭和11年)から営業をしている「井筒屋」をはじめ、百貨店やショッピングセンターが数多くの拠点を構えた。それらは商店街とは競合関係にありながらも、相乗効果をもたらしてきた。

しかし、2000年頃から状況は悪化の一途をたどっていく。不況と後継者不足により従来の商店は閉店を余儀なくされ、代わりにチェーン店が増加していった。大規模店も「小倉そごう」が撤退し、その後2002年には「小倉玉屋」閉店、2007年に「ラフォーレ原宿小倉店」閉店、2008年に「小倉伊勢丹」撤退と、中心市街地の大型店閉店がつづいた。

これは不況に加え、郊外型大規模店舗の相次ぐ新設(2005年に「サンリブシティ小倉」、2006年に「イオン八幡東SC」が開業)のあおりを受けたと言われている。

2007年、北九州市は小倉都心地区の小売業年間商品販売額が過去10年で約7.6%減少していることや、事業所数、従業者数、中心市街地の歩行者量等の減少、地価の下落等を理由に「機能的な都市活動や経済活力の維持に支障を生じるおそれがある」として、国に「中活法」に基づく「中活計画」の認定を申請した。

この「中活法」は、中心市街地の衰退が進む一方、人口減少、高齢化、地域自治体の財政難等の社会問題が年々深刻化してきた中で、中心市街地が持つ機能や重要性が見直され、2006年に「(旧)中心市街地活性化法」が改正されたものである。この改正の目的は、都市機能を中心市街地に集積させたコンパクトなまちづくりを目指すことにあった。

「(旧)中心市街地活性化法」では「市街地の整備改善」と「商業等の活性化」が目的だったが「中活法」では、都市機能の増進及び経済の活力の向上を総合的かつ一体的に増進することを目的としている。この「中活法」に基づく「中活計画」では、定期的に把握可能な数値目標を設定することや、多様な民間主体が参画する「中心市街地活性化協議会」を設置することとなっている。認定を受けた計画については、国の重点的支援を受けながら、活性化に向けた事業を実施する仕組みである。2012年11月30日現在、全国で110市121計画が認定されており、小倉地区においては2008年7月から2013年3月までを計画期間とした「中活計画」が認定されて現在に至っている。

3.1.2 小倉都心地区商店街における中活計画の現状

北九州市は2012年3月現在、小倉地区中活計画に掲載した103事業のうち、28事業を完了し、

70 事業を実施している。このうち、商店街に直接関係する事業は 35 事業である。その内訳は、インフラ整備を必要とするハード事業のうち、事業主体が商店街であるものは 10 事業、商店街以外の団体等が主体のものは 8 事業である。一方、インフラ整備が不要なソフト事業のうち、商店街が実施しているのは 1 事業、商店街以外の団体等が実施しているものは 14 事業である。

ハード事業で代表的なものとしては、国道上にアーケードを新設し、既存のアーケードを改修した「魚町銀天街ショッピングモール化事業」や、IC カード「UOCA」を導入した「魚町銀天街 IC ポイントカードシステム事業」、アーケード内にデジタルサイネージ（電子看板）を設置して情報発信を行う「アーケード内の道路空間を利用した情報発信事業」等がある。一方、ソフト事業では、地元の大学生が毎週日曜日にあいさつや清掃、案内等の活動を行う「こくらハローズ事業」等の取組みを行っている。

2012 年 3 月時点で、評価基準である「商店街エリアを中心とした歩行者通行量」については、前年度に引き続き増加している。「既存の主要大規模商業施設の年間来店者数」は、魚町銀天街に隣接する且過市場の再開発事業について地権者の合意形成が難航していることや、チャチャタウン小倉 2 期開発事業が、経済情勢の悪化により事業延期になる等進捗が遅れており「中活計画」着手以降、減少傾向にある。

3.2 来街者へのアンケート調査

3.2.1 概要

アンケート調査は、2012 年 10 月 21 日（土）に魚町銀天街にて実施した。来街者のうち、街頭調査に応じた 43 名（内有効回答者数 42 名）に対して行った（図 2 参照）。内容は探索的なものであるが、以降の多様なステークホルダーを捉える上では一つの視座を提供すると思われる。

3.2.2 個別事業の評価

アンケート調査項目の一つ目は、我々が注目した 10 事業（商店街に関わる事業のうち、事業主体により商店街・商店街以外、事業内容によりハード事業・ソフト事業の 2 つの軸で 4 象限に区分し、各象限の中からインターネット等メディアで多く取り上げられている事業を抽出）のうち、賑わいにつながっているのはどの事業かを問う項目である。「魚町エコルーフ（アーケード）」については、通行中視界に入るため認知度が高く、魚町二・三丁目商店街を天候に関わらず歩行できるという利便性の高さから、賑わいにつながっているとの回答が 50%と半数を占める結果となった。しかし、その他の事業については、賑わいへの貢献度がいずれも 2%～21%程度となっており、アーケード事業と比較して、低い評価となっている。

アンケート調査項目の二つ目は、魚町銀天街の今後の利用意向とその理由を記述形式で問う項目である。76%が今後も何らかの形で商店街を利用し続けたいと回答しており、その代表的な理由は、「いろいろなお店があつていいと思うから」や「リバーウォーク、井筒屋に行くのに使うから」というものであった。

これらの回答から、来街者は商店街にいけば一度で多種の店舗で買い物ができることや、雨にぬれずに近隣の商業施設に行けることに魅力を感じていることが見て取れる。すなわち一店舗の魅力ではなく、商店街の持つ複合性、公共性に魅力を感じて来街していることがわかった。

以上のことから、我々が注目した 10 事業についての来街者の認知度は低く、商店街の賑わい

につながっているとは言いがたい状況があること、その一方で商店街が持つ複合性、公共性といった点は評価され、来街者には今後も商店街を継続して利用していきたいとの認識があることがわかった。

3.3 行政機関へのインタビュー

3.3.1 概要

小倉地区中活計画について都心・副都心開発室、新産業振興課及び商業振興課の担当者に対し、インタビューを行った。ここでは、商店街と行政の連携の実態と、商店街活性化に向けて行政が果たしている役割を確認することを主な目的とした。

3.3.2 商店街と行政の連携

我々は、商店街と行政が、商店街の活性化に向けてどのように連携しているのかを探るため「中活計画」に掲げられている事業のうち商店街に関するものについて、策定の経緯を確認した。市の担当者は、行政が商店街と情報を共有し、個々の活動を主に金銭面で支援しており、それがある程度効果が現れはじめていると判断しているという。

「事業の選定にあたっては、市が関係する団体や組織に対してヒアリング等の調査を実施したり、商工会議所に提案を行ったりして、各団体等が計画、実行していたものをまとめた。事業の実行については、各団体等が主体となって活動し、市は補助金によって支援を行っている。」

「2012年8月の通行量が前年比5~6%増加を記録したことから、中活が中心市街地及び商店街の活性化に対し、一定の効果があつたと認識している。」

3.3.3 行政の役割

行政の担うべき役割については、市の担当者は、事業運営のために複数存在する団体をつなぐことではないかと指摘している。

「小倉の中心市街地には、多くの商店街と、大型店が存在している。また、商店街のリーダーは1人という訳ではないので、団体が複数存在することは当然だと思っている。行政としては、各団体が一体となれる潤滑的な存在になれたらよいと考えている。」

また、行政は、前述のとおり、各団体等が実施している事業を1つにまとめて、国から補助金という経済的資源を獲得し、各団体等に配分はできている。しかし、行政が主導して各団体をつなぎ合わせたり、行政が主体となって事業を運営することまでは難しいようである。

3.4 商店街組織へのインタビュー

3.4.1 概要

本稿では、小倉都心地区にある商店街組織のうち、「京町銀天街協同組合」のT氏、「魚町商店街振興組合」のS氏、「魚町一丁目商店街進行組合及び魚町サンロード商店街協同組合」のK氏

という4つの商店街組織の関係者、及びそれぞれの商店街組織を取りまとめる小倉中央商業連合会のK氏にインタビューを行った。

インタビューにより、商店街の関係者が現状をどう認識しているのか、商店街組織が実際行っている活動（「中活計画」を含む）、商店街の今後についての考えを聴取することを目的とした。

3.4.2 商店街の現状

4人の商店街振興組合の関係者が共通して危機感を感じていたのは、通行量の減少であった。

実際、2009年から行われている通行量調査では、全体の通行量は緩やかな減少傾向にあり、特に「京町銀天街」や「魚町銀天街」南側はその傾向が著しい。（ただし、2012年の通行量は増加に転じている。）

京町銀天街は小倉駅と魚町銀天街をつなぐ場所に位置する。魚町銀天街とは直交する形で連結しており、一見すると魚町に流れる通行量を取り込むことが可能なように思えるが、京町銀天街の個店が集中している地域に至る直前に魚町銀天街の方へ曲がってしまうため、実際には魚町銀天街と連結している恩恵を受けているわけではない（取材当日も、京町銀天街では一部の個店の前をのぞいて閑散としていた）。

魚町銀天街の南側「魚町二・三丁目商店街」も通行量の減少に悩んでいる。いわゆる『魚町銀天街』は勝山通り（国道199号）を挟んで2つの商店街組織に分かれている。西鉄北九州線が廃止される前は勝山通りが南北の魚町銀天街に客を供給する形になっていたが、廃止されて以降は通行量を分断する要因の一つとなっている。

また、魚町銀天街の南側に客の流れがいかないのにはもう一つ要因があるという。アンケートの回答にもあったが、商店街以外の商業施設の存在である。魚町銀天街の外部には「井筒屋」や「リバーウォーク」の様な百貨店や商業施設が存在する。小倉駅やバスターミナルを利用する客は「魚町一丁目（銀天街北側）」は通行するが、勝山通りを右折し井筒屋やリバーウォークへ向かうことになる。勝山通りをわたっても「魚町二番街（プロント前）」を右折するため、それ以南には客の流れがいかなくなる。銀天街を直進させるほどの個店が存在していないものその要因であろう。魚町一丁目商店街振興組合のK氏の指摘の通り、魚町銀天街は南に進むほど人の流れが拡散してしまっているのである。

商店街組織そのものに関する問題もある。商店街組合の組織力の低下である。3つの商店街組合の加入率は決して高くなく、中には50%程度の加入率の商店街組合もあった。通常、加入率の低下は商店街内にナショナルチェーンの店舗が増加し、そのチェーン店が商店街組合に加入しないために起こることが多い。しかし、魚町銀天街では必ずしもそのような理由ではないようだった。S氏によればチェーン店は100%に近い加入率であるのに対して、従来からの個店の加入率が下がってきているという。加入に関しては個店の判断に任せられており、個店の経営状況によって加入しない個店も多くなってきているようである。商店街組織も加入率の低下を解消する有効な手だてを見出せていない。結果として商店街組合としての組織力の低下を招き、本来、商店街が一体となって行うイベントやセール等の効果を薄れさせ、個店の売上の低迷、経営状態の悪化を招く要因になっている。

また組織力の低下はテナントミックスの問題にも影響する。後継者がいない商店主は自らが引退した後は大家として存在する場合が多く、魚町銀天街も例外ではない。商店街組合の力が強い

商店街では店子となる店舗の業種に対して強い発言権を持つ場合もあるが、魚町銀天街ではそこまでの強制力は持っていないようである。最優先されるのは空き店舗の対策が大きな課題であり、業種までは大家に対して強制できないとのことであった。

3.4.3 商店街における取組みについて

以下では、そのような現状に対して小倉都心地区商店街で行われている取組みを、中活事業と商店街独自の活動に分類した上で概観していく。中活事業としては、魚町エコルーフ、小倉都心プロモーション事業、中心市街地都市型ビジネス振興事業がある。独自の活動としては、歴史や伝統を生かすものづくりや、古い建物の再生事業等がある。

A 中活事業

a-1 「魚町エコルーフ」の設置

中活事業のひとつ「魚町銀天街ショッピングモール化事業」により設置された「魚町エコルーフ（以下、エコルーフ）」は、アンケートでも回答者の半数が認知し、街の賑わいにつながっていると回答されている。ヒアリング調査でもその利便性が高く評価されている。

さらに、商店街組合に対しては来街者が感じるよりも大きな影響を及ぼしている。『魚町銀天街』が2つの商店街組織によって成り立っているのは前述の通りだが、このエコルーフの設置以前は必ずしも良好な関係ではなかった。エコルーフの設置が直接の要因となった訳ではなかったが、両商店街が「つながる」という物理的な要素に、個店主たちの世代交代が重なったことが、南北で交流を深めようという機運の醸成につながってきている。

a-2 小倉都心プロモーション事業

この事業は、商店街組織が主体でなく、「We Love 小倉協議会」が中心となって行われている事業である。

小倉都心地区のネットワーク構築やまちのよい所をPRするものである。最近では「おもてなしネットワークづくり部」が主宰となり、現在、「コクラボ」というまちなか講座を開講している。これは以前「京町寺子屋」として開催していたものをベースにしている。コンセプトは「まちとの交流」とし、最近では「小倉に住み、小倉のまちに根を張り、ネットワークを広げ、活動を起こし自己実現を達成している女性」を講師として迎え、それぞれの活動をご紹介頂くとともに、参加者との交流も図っている。

一連の活動について部会長のT氏は、まちへの愛情とネットワークの重要性について指摘している。

「これらの活動を通じてまちに住む人たちにまちを愛する気持ちを持ってもらう。コクラボ等はそのきっかけになればいいと思っている。人と人、団体と団体を結びつけることが必要。」

a-3 中心市街地都市型ビジネス振興事業

これは「リノベーション」の考えをもとにして行われている。「リノベーション」とは「リフォーム」とは違い、建物の修復と同時に付加価値をつける活動である。

こちらにも商店街を舞台として行われている活動で、実際に魚町銀天街で活用された例がある。今年9月に「多世代交流施設」としてリノベーションされたサンリオ小倉ビルである。元々テナントが移転した後、空きビルになっていたものを「北九州まちづくり応援団」が改装した。1階にチェーン店「カルディ」を誘致、2階に未就学児の託児を受ける「ママトモ魚町」、3階を会議等に使用可能な多目的スペース、4階はまちづくり応援団の事務所となっている。特に1階に誘致された「カルディ」はそれまで魚町銀天街に無かった業種でもあり、多くの来客を集め、魚町銀天街の通行量の増加へ影響しているようである。

そのほかにも魚町二・三丁目商店街には「リノベーション」された不動産が複数存在する。これらの施設は若手のクリエイター等を集める施設として生まれ変わり、拡散する傾向のある人の流れを少しずつ南側で収束させる性格を持っている。

B 商店街独自の活動

b-1 京街銀天街

京町銀天街のT氏は、長年京町銀天街の中心となって様々な活動を行なってきた。T氏が注目したのは「京町銀天街」が持つ強みだった。京町の立地条件や歴史的背景、所属組合員が持つ「手作り」のものづくりである。それらの強みを訪れる人たちに知ってもらうために、様々なイベントを行なっている。現在、所属の組合員によるペーパークラフトの教室を定期的に開催していることもその例である。

また、アーケードの装飾にもその考えが活かされている。趣味で川柳を作っている人たちの作品を飾る等、まちに関わる人たちの活動をうまく活かしている。

このように京町銀天街では、自らが持つ強みを発見し、まちを訪れる人たちに発信、知ってもらうことによって集客し、商店街の活性化を図ろうとしている。

b-2 魚町サンロード商店街及び魚町銀天街

魚町サンロード商店街も独自の動きがある。先述の「リノベーション」活動が「中活事業」となる前から商店街の活性化のために行われていた。魚町サンロード商店街のK氏は、北九州市が行なった「小倉家守講座」に参加し、自らが持つ遊休不動産を「リノベーション」して、若者が集まる施設を設けた（メルカート3番街）。その後魚町銀天街における同様の不動産も「ポポラート3番街」へと「リノベーション」し、建替えが難しい商店街内の古い建造物の有効活用を図り、街の活性化を目指している。

3.5 NPO、企業へのインタビュー

3.5.1 概要

最後に、NPO、企業へのインタビューについて確認する。中活事業に関連する民間団体（企業、NPO、任意団体等）に関連する各組織の代表者6名を対象に、事業を創造した経緯、事業の現状、他組織との関わり、商店街についての意見を聴取した。インタビューにより商店街外部からみた商店街像を浮き彫りにし、外部から商店街に関係を持つ理由を聴取することを目的とした。

3.5.2 事業を創造した背景、歴史

各組織の代表者へのインタビューを通じて、商店街を取り巻く組織の事業創造期において、いくつかの傾向が見えてきた。

傾向の1つめは、まちづくりに携わる組織には、まちの発展への貢献意欲にあふれる人物が存在することである。当然ではあるが、この貢献意欲が新規事業を推進する原動力となっている。例えば、リノベーション事業を営む北九州家守舎の T 氏は北九州市発展への貢献が事業創造の原動力であると語っている。

「弊社 S 氏の事業創造の原動力は、北九州市の発展への貢献だ。」

北九州市でのまち歩き事業を営む NPO 北九州タウンツーリズムの O 氏も、同様の認識であるという。まち歩きを通じて、市民にまちを知ってもらい、愛してもらい、全国へ発信してほしいとの思いから、まち歩き事業を創造している。

傾向の2つめは、そのような人物同士がつながりをもつことで事業が拡大していく発展の経緯である。例えば、小倉経済新聞社の O 氏は、北九州家守舎の S 氏に請われ、駅前から、前述のリノベーション事業で改修されたビル「メルカート3番街」にオフィスを移転した。S 氏からの依頼は「まちづくり」には「情報発信」の機能が必要であり、「まち」の情報を外に発信すると同時にその重要性を伝えてほしいとのことであった。

移転後、取材先の事業者との距離が近づいたことで、良質の情報を入手、発信できるようになった。するとそれを見た他の事業者からも、様々な相談事が入るようになっていった。結果として入手できる情報の量と質がさらに向上し、情報発信力につながる正のスパイラルに入っていった。現在では大手マスコミからも一目を置かれる存在となっている。

このように、まちづくりに携わる組織には、まちの発展への貢献意欲にあふれる人物が存在していること、そのような人物同士の関わりが新たな活動を生み出し、事業が発展していることがわかる。

3.5.3 各事業者と活性化策とのかかわり

さらに、彼らが中活事業をはじめとした商店街活性化策をどう考えているのか、自らの事業とのかかわりはどこにあるのか、この点においても共通する考えが見受けられた。

まず、彼らは中活事業のいくつかは、商店街の活性化に寄与しているとは言いがたいと考えていた。事業主体からのボトムアップにより創造された事業は少なく、多くは行政主体で進んでいったと感じている。前述の街頭アンケート調査の結果を見せた際も、この結果は驚くことではなく、商店街主体の情報発信がないため、認知度が低いのはむしろ当然であるという見解であった。

さらに行政の財政支援のあり方についても厳しい意見が多かった。イニシャルコストは補助金を支出するが、ランニングコストについては商店街の負担としている点である。UOCA 導入の例でいえば、補助金により環境を整備し導入したものの、集客効果による収益の増加は期待したほどではなく、現在では設備維持の費用ばかりが増加しているという。このような支援の方法を問題視する意見がみられた。

他方で、彼らが今後の発展性を非常に期待していることもあった。各組織の活動に参加している学生とのかかわりである。これには 2009 年に設立された、北九州市立大学地域創生学群が大

きな影響を与えている。これは地域貢献活動をメインに研究する学群であり、在籍する学生は実習を伴う地域貢献活動を通じて単位を取得し、社会へ巣立つ予行演習をする。インタビューした民間団体のどの活動にも必ずと言っていいほど学生が参加していた。彼らは、各事業の活動推進の人的リソースとして貢献をしていた。各組織は意欲ある人材により事業を推進し、学生は組織に貢献することで単位を取得する。このように Win-Win の関係が成立することから、どの組織でも重宝されているようである。

3.5.4 組織同士のつながり

上述の通り、地域貢献への想いがあり、それを事業化する度に組織が生まれる経緯があることから、商店街を取り巻く組織は多数存在している。しかし、その組織が連携し、役割を分担することで最大限の貢献を目指すような取組みはあまり見受けられない。これを改善すべく各組織をまとめる役割として「We Love 小倉協議会」が誕生した。

また、小倉経済新聞社の O 氏は、各組織と商店街個店との関係を発展させるには、草の根的な活動が必要となると話す。

「活動をする中で商売の手伝いをする中で、個人レベルでの信頼関係を構築していった。」

3.5.5 商店街の現状についての見解

各組織の代表者から見た商店街の現状についての見解をまとめておこう。

共通していたのが、ここ数年の小倉都心地区商店街には変化が生まれている、という意見だった。特に青年層がまちづくりに携わり始めていることが変化の要因である、との言及が多かった。

まず、各組織の代表者自身が、ほぼ 30 代～40 代であった。まちの発展に対する貢献意欲にあふれる彼らの活動は前述のとおりである。

次に商店街を見ても、世代交代による意識変革が起き始めている。一世代前の個店オーナー達は、家賃収入で生計をたてることができたので、商人としての成功を目標とはせず、現状を維持していこうとする傾向が強かったという。しかし個店オーナー達の世代交代が進み、外部組織の活動が活発化する中で、商店街内部でも危機意識が芽生え始めているという。

そして、第三の主体として、学生を高く評価する声があがっていた。商店街に対する貢献が、今後さらに拡大することへの期待は非常に大きかった。彼らは労働力であると同時に商店にとっては顧客でもある。彼らが商店街に来て活動することで、三者共にメリットを享受することができるのだという。

このように、様々な形で青年層がまちづくりにかかわり始めていることと、それによりいい方向に変化しつつあるというのが、彼らの商店街の現状についての見解といえよう。

第 4 節 考察

4.1 仮説の検討

商店街組合関係者へのインタビュー調査から見てきたことは、第一に商店街組合としてのまとまりがあるとは言いがたいこと、第二に商店街組合同士の連携が十分になされていないことである。そのため、商店街がまとまりを持って主体的に行動するとともに、積極的に外部組織を巻

き込むには至っていないと言える。どうやら、先行研究が示すような形では、小倉都心地区商店街という「場」は活性化していない可能性が高い。

しかし、小倉都心地区商店街は、各種統計資料やインタビュー調査、アンケート調査の結果等から総合的に判断すると、活性化していないというよりはむしろ活性化の兆しが見て取れる。例えば、小倉都心地区商店街の通行量はこれまで減少傾向にあったものが増加に転じている。また、これまで遊休不動産となっていた建物がポポラート3番街やメルカート3番街といった独創的な施設に生まれ変わり、若いクリエイター達が集まる施設として稼働しはじめている。さらには北九州家守舎、NPO法人北九州タウンツーリズム、NPO法人タウンモバイルネットワーク北九州といった商店街組合とは別の外部組織や、北九州市立大学をはじめとする小倉周辺にキャンパスを構える大学の学生が、小倉都心地区商店街において積極的な活動を展開している。(この中でも学生の活動については、特に好意的に受け止められていた。)

とすれば小倉都心地区商店街の現状は、「商店街がまとまりを持って主体的に行動するとともに、積極的に外部組織を巻き込む」ことがなくとも、別の活性化の可能性もあるのかもしれない。特に本調査から見出せるのは、学生の存在・活動である。次項においては学生の存在・活動が商店街へ与えている貢献を詳しく考察するとともに、本稿冒頭で提示した組織連携の潤滑油としての学生の可能性を提示する。

4.2 学生の活動による商店街の活性化と連携の可能性

事前及び現地での調査を通じて、商店街組織や個店のほか、多様な組織が「場」であるところの小倉都心地区商店街を活性化させるべく様々な活動をしていることは見て取れた。

一方で、これらの組織は個別の活動に終始しほとんど連携がとられていないことも確認された。小倉都心地区商店街を真の意味で活性化させるためには、多くの組織が商店街という「場」において個別に活動するだけでなく、連携を通じてそれぞれの活動に相乗効果を生み出していくことが必要だと考えられる。ここで、組織連携の潤滑油としての可能性を秘めているのが学生である。

現地で行った商店街関係者へのインタビューや歩行者へのアンケートの中で、学生は様々なステークホルダーにとって好ましい存在として受け入れられていた。商店街関係者は、学生が様々な組織において活動の手助けを行うだけでなく、学生独自の活動も行っていることで商店街の活性化に大きく貢献していると認識していた。また、住民も学生が商店街で様々な活動を行うことで商店街に活気が生まれていると認識していた。

第3節でも述べたように、小倉都心地区商店街周辺には北九州市立大学をはじめとして、西日本工業大学、西南女学院、九州工業大学といった数多くの大学が立地している。そして、それぞれの大学の学生は、授業やボランティア等を通じて、小倉都心地区商店街において様々な地域貢献活動を行っている。その中でも特徴的な存在はやはり、2009年に北九州市立大学に新たに創設された地域創生学群であろう。同学群は「地域創生」をモットーに実践的な専門知識の習得に重点を置き、その一環として「現場」における実習を数多く行っている。そしてこの「現場」には商店街での活動も含まれており、毎年様々なプロジェクトが小倉都心地区商店街において行われている。なお、こうした北九州市立大学の活動は全国的にも高い評価を得ており、日本経済新聞社産業地域研究所が行っている全国大学の「地域貢献度」の調査において高い評価を得ている(2011年は総合1位、2012年は総合3位)。

このように、学生は商店街関係者や住民に好ましい存在として受け入れられているが、もちろん、それだけでは学生が多様な組織の連携の潤滑油になるという説明としては十分ではない。①学生は各組織間の利害関係に巻き込まれずに活動できること、②学生は多彩なネットワークを持っていること、という2つの要素を考慮する必要があるだろう。

まず①について、連携によって相乗効果を期待できるとはいえ、複数の組織が集まって一緒に活動しようとするれば、少なからずそこには利害関係が生まれる。そのことで上手く連携が進まず、最悪の場合は連携する前に計画が頓挫してしまう、あるいはそれぞれの団体に所属する者同士の関係が好ましいものではないために連携ができない、といった事態が起こりうる。そのような状況において、利害関係を持たない学生の存在は、各組織の結節点あるいは緩衝材とみなすことができ、それまで上手くいかなかった連携の可能性が生まれてくると考えられる。この点については、山崎（2011）において「本当にいいと思うことを素直にいいと言える中立な立場としての学生は、地域の人たちとの信頼関係を築きやすい。」とも言及されている。

次に②について説明する。学生はアルバイト、ボランティア、さらには Facebook や Twitter といった SNS 等を通じて、縦と横の非常に広範なつながりを持っている。そのような学生が小倉都心地区商店街において様々な組織に入り込んでつながっていくことで、彼らの所属する組織が連携する端緒となりうる。学生のつながりが商店街に新しいつながりを作り出すというわけである。

4.3 さいごに

以上、本稿では、小倉商店街を考察しながら、地域の活性化についての考察を深めてきた。現在、学生は小倉都心地区商店街の各団体・組織に入り込み地域貢献活動を行なっている。彼らの活動は非常に高く評価されており、各組織や住民に好ましい存在として受け入れられている。また、学生は組織間の利害関係に巻き込まれずに活動できるため、好意的に受け入れられていることとも相まって、各組織が連携する上での結節点あるいは緩衝材とみなせる。そして、彼らがもつ多彩なネットワークにより各組織の活動が共有化され、連携への端緒となる。これが、小倉都心地区商店街の真の意味での活性化に向けて我々が提示する、組織連携の潤滑油としての学生の可能性である。

もちろん、この可能性にも問題があることは否定できない。これまでの先行研究の指摘をみるように、より組織的な活動が求められる可能性もある。学生を媒介とした連携といっても、現状はそれをマネジメントする主体が存在しないからである。マネジメント主体としては大学、学生団体、商店街組合、民間・NPO 等の各組織、または強力なリーダーシップを持った個人等が考えられる。しかし、無理にマネジメントしようとする、特に①のような特性が阻害される危険性も否定できない。

あるいは、逆に、主体を限定せず自然発生的な連携が促進されるような仕掛けを講じることも考えられる。例えば、2012年9月20日に行われた「KITA Cafe」という北九州市立大学の学生主体のワールドカフェが、一例としてあげられる。これは、北九州市内の地域で活動している、または、地域で活動することに興味がある大学生が集まり、地域での活動や北九州市に対する思いを楽しく共有しあうイベントである。北九州市が取り組んでいる「北九州市ブランド推進会議」において、北九州市内に市民が語り合う場を創出するプロジェクトの一環として行われたものだ。

このような取組みが成熟されていけば、自然発生的な連携が促進される可能性も高まりそうであるが、その検討は今後の研究課題としたい。

参考文献

- 石原武政(2006)『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣
- 石原武政、西村幸夫(2010)『まちづくりを学ぶ - 地域再生の見取り図』有斐閣
- 北九州市教育委員会編(1977)『北九州市文化財調査報告書(第 22 集) “小倉城”』北九州市教育委員会
- 衣川恵(2011)『地方都市中心市街地の再生』日本評論社
- 坂本光司研究所&商店街問題等研究会 (編) (2009)『ケーススタディ この商店街に学べ! 全国 30 商店街の活性化策』同友館
- 早乙女祐基 (2005)「郊外における大型店舗の撤退とその跡地利用に関する研究」東京工業大学大学院社会理工学研究科修士論文
- 田中道雄(2006)『まちづくりの構造 商業からの視角』中央経済社
- 中小企業政策審議会中小企業経営支援分化会商業部会(2009)「「地域コミュニティの担い手」としての商店街を目指して～さまざまな連携によるソフト機能の強化とひとづくり～」 3 頁
- 中沢孝夫(2001)『変わる商店街』岩波新書
- 二宮麻里(2012)「商業集積による中心市街地の誕生」『福岡大学商学論叢』56(4), 397-427 頁
- 日本経済新聞社産業地域研究所 (2012)『日経グローバル』No.208 11-25 頁
- 細野助博(2007)『中心市街地の成功方程式 - 新しい公共の視点で考える “まちづくり” -』時事通信社
- 矢作弘(1988)『都市はよみがえるか - 地域商業とまちづくり』岩波書店
- 矢作弘(2005)『大型店とまちづくり - 規制するアメリカ、模索する日本』岩波新書
- 山崎亮(2011)『コミュニティデザイン 人がつながるしくみをつくる』学芸出版社
- 横山斉理(2006)「小売商業集積における組織的活動の規定要因についての実証研究」『流通研究』9(1),41-57 頁
- 横山斉理(2013)「関係性から捉える商店街と商業論の可能性」水越康介・藤田健編著『新しい公共・非営利のマーケティング』碩学舎。
- 畢滔滔 (2006)「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』9(1),87-107 頁
- 北九州市立大学ホームページ(<http://www.kitakyu-u.ac.jp/subject/regional/>)
- 街元気まちづくり情報サイト「高松丸亀町これからのまちづくり戦略」(<https://www.machigenki.jp/content/view/1043/432/>)

(図 1)

魚町銀天街に関する質問表（首都大学東京大学院社会科学研究所）

私たちは、首都大学東京大学院で経営学を学んでいる学生です。現在「地域経済とマーケティング」というテーマで、小倉の商店街について研究しています。ぜひ調査にご協力をお願いします。
なお、この質問の回答結果は、研究以外の用途に使用することはありません。

- 該当するものにチェック (✓) をしてください
性別：□ 女性 □ 男性
年齢：□ ~20代 □ 30代 □ 40代 □ 50代 □ 60代 □ 70代~
住所：□ 小倉北区内 □ 小倉北区外
世帯構成：□ 独身 □ 核家族 □ 大家族
職業：□ 学生 □ サラリーマン □ 公務員 □ 自営業・会社経営
□ パート・アルバイト □ 主婦・主夫 □ その他
魚町銀天街へ来る頻度：□ ほぼ毎日 □ 週に3, 4回程度 □ 週に1, 2回程度
□ 半月に1回程度 □ 月に1回程度 □ ほとんど来ない

- 魚町銀天街のにぎわいにつながっていると思うものに (✓) をしてください。
□ 2010年にアーケードが新しくなったこと(魚町エコルーフ)
□ 大型スクリーン(魚町ビジョン)が設置されたこと
□ UOCAが導入されたこと
□ こくらハローズの活動(あいさつ、ゴミ拾い等)
□ まちなかトイレマップ
□ We Love 小倉の活動(ホームページによるPR等)
□ 小倉まちなかいちおし自慢運動(一店逸品運動等)
□ 空き店舗や空きビルの再生事業(ポポラート三番街等)
□ 1駅100円モノレール
□ 北口のレンタサイクル、電気自動車のカーシェアリング

- 上記以外で魚町銀天街のにぎわいにつながっていると思うものはありますか？

[]

- これから先も魚町銀天街を利用したいと思いますか？その理由を教えてください。
□ 思う □ 思わない

(理由)
[]

ご協力ありがとうございました！

(図2) 魚町銀天外でのアンケート結果 (回答者数 43 人、内白紙回答 1 人)

■性別・年齢

性別	年齢	回答数	構成比
女性 (69.0%)	～20代	9	21.4%
	30代	9	21.4%
	40代	3	7.1%
	50代	2	4.8%
	60代	5	11.9%
	70代～	1	2.4%
男性 (31.0%)	～20代	4	9.5%
	30代	3	7.1%
	40代	2	4.8%
	50代	1	2.4%
	60代	2	4.8%
	70代～	1	2.4%
合計		42	-

■住所

住所	回答数	構成比
小倉北区内	10	23.8%
小倉北区外	32	76.2%

※小倉北区以外の場合

下関市
戸畑区
佐賀県鳥栖市
山口県
若松
折尾
八幡南区
八幡西区
八幡東区
福岡市

■世帯構成

世帯構成	回答数	構成比
独身	16	38.1%
核家族	19	45.2%
大家族	3	7.1%
未記入	4	9.5%

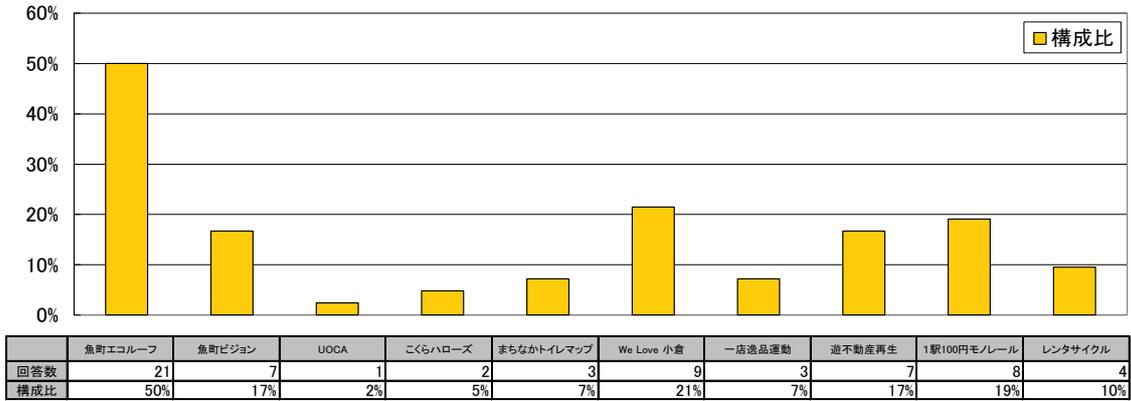
■魚町銀天街へ来る頻度

魚町銀天街に来る頻度	回答数	構成比
ほぼ毎日	1	2.4%
週に3, 4回程度	6	14.3%
週に1, 2回程度	11	26.2%
半月に1回程度	6	14.3%
月に1回程度	9	21.4%
ほとんど来ない	8	19.0%
未記入	1	2.4%

■職業

職業	回答数	構成比
学生	11	26.2%
サラリーマン	10	23.8%
公務員	2	4.8%
自営業・会社経営	2	4.8%
パート・アルバイト	3	7.1%
主婦・主夫	7	16.7%
その他	6	14.3%
未記入	1	2.4%

- 代表的な中活事業 10 事業に関する賑わいへの貢献度（複数回答可）



- 魚町銀天街の今後の利用意向とその理由

今後の利用意向	回答数	構成比
利用したい	32	76%
利用したいと思わない	6	14%
未回答	4	10%

・「今後も利用したい」と回答した人の理由一覧

KALDI とかエステがある
いろいろなお店があっというと思う
とても身近でにぎわっている
ないと寂しい、日傘をささないで済む
もう体になじんでいる。
もっと賑わってほしいと思います
リバーウォークへ行くのに。
井筒屋、美容院
飲み屋（ゴールデン街）、献血
飲み屋、買い物
何かある。いろいろそろっている。
海外（中国、韓国）から人が多く入っている。行きたいお店がある。
気軽に入れる雑貨屋があれば良い。
狭い小倉の銀天街。唯一の存在。
近くに住んでいるので、これからも利用したいです。
実習等でも関わることが多いから。
商店街ならではの品揃え、若い方の個性的な品揃え
小倉にある。ショッピングセンターや、駅に行くのに便利で歩いていて楽しいからです。
色々なお店がたくさんある
食事
食事に来る。洋服は駅前のアミューズ。
新しいお店の情報を「魚町ビジョン」で流してほしい。住んでいるから
大好きで、こじんまりしていて動きやすい。
地元にはないので
買い物、ドトール、ドラッグストア、ご飯
買い物に便利。昔と比べて、おしゃれなお店が多い。ぶらぶらするのにちょうどいい。
美容院、手芸店に来る。
便利だから。駅近で雨にぬれない。