

衰退進む商店街活性化案一次世代リーダー育成急げ

ちばぎん総合研究所 受託調査部主任研究員
関 寛之

全国の商店街では、人口減少や大型商業施設の進出で客を奪われたとか、後継者難などから空店舗を抱え、売り上げ不振に悩み、衰退している例が多い。もっとも、中小企業庁の次世代商店街リーダー養成に係る調査(2009年3月)によれば、さまざまな工夫や努力で活性化している商店街もみられる。こうした商店街に共通しているのは、商店街リーダーによる強力なリーダーシップがあることだ。

例えば、「高松丸亀商店街(香川県)」は、商店街の再開発に成功した事例として全国の注目を集めている。同商店街では、振興組合のリーダーである理事長が、専任(商店街が給料を支給)で商店街活動をけん引しているほか、商店街活動のプロフェッショナルも雇用している。このような対応が可能な背景には、同商店街が自主財源(駐車場事業を運営)を有していることがある。

また、札幌市中心部の6商店街が設立した「大通地区まちづくり協議会(北海道)」では、専任マネージャーがコンサル会社で培ったまちづくりのノウハウを生かして、まちの賑わい事業を実施している。もっとも、同協議会は、自主財源が乏しいため、新たに設立するまちづくり会社で独自の収益事業を行う方針という。

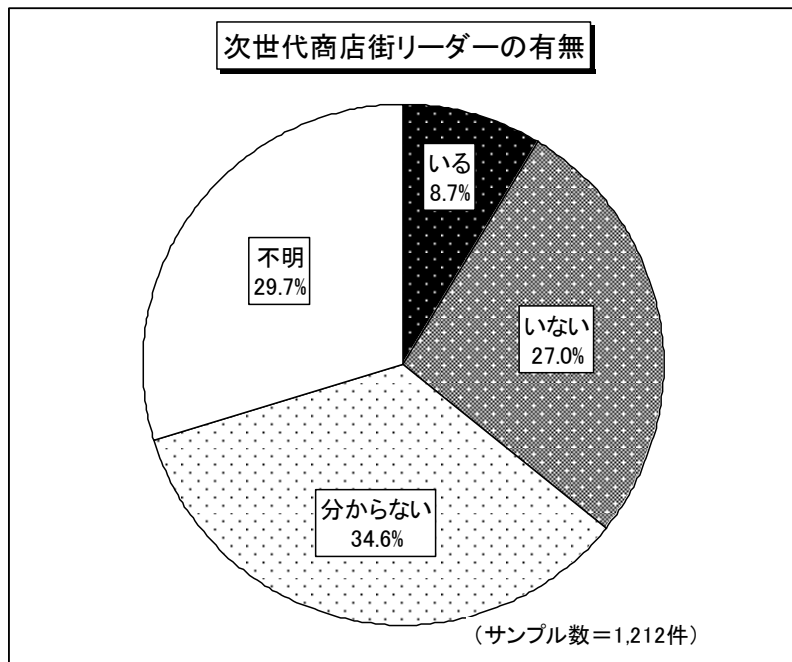
この2つの先進事例をもとに次世代の商店街リーダーにふさわしい条件を考えてみると、①専任スタッフであること、②商店街のなかの人材であること(お店や事務所が商店街にあること)、③自主財源を有していること、などがあげられる。とりわけ、専任であることは、比較的規模の大きな商店街を中心に重要性が高いと考える。商店主が商売の片手間で行うイベントなどは、思ったようなパフォーマンスが得られないばかりか、商店街活動が負担となって、本業の商売が共倒れになることさえ危惧(きぐ)される。

もっとも、専任の商店街リーダーを育てるためには、高松丸亀商店街のように専任スタッフを雇用できるだけの財源の確保が必要となる。全国には、商店街のにぎわい創出や活性化のため活躍しているやる気のある商店の後継者や、まちづくりに興味があるアーティスト・大学院生など有能な人材が少なくない。

ところが、これらの人材を商店街リーダーとして育成し、支えるためのコストの負担者が明確でないことが問題なのである。これからの商店街は、少子高齢化が急速に進展するなかで、地域コミュニティーの担い手としても期待されているだけに、これらの機能を実際に請け負う次世代の商店街リーダーの育成は、高齢者が暮らしやすいまちづくりといった観点からも

優先順位が高い。

おりしも中小企業庁では、商店街の再生に向けて、従来のハード支援に加え、商店街の人材育成も含めたソフト面の新たな支援策を打ち出している。これから商店街が生き残っていくためには、このような支援策の活用も視野に入れながら、次世代の商店街リーダーの活動を下支えできるよう、いかに自主財源を確保するかといった視点が欠かせない。



(注) 1. 出所: 中小企業庁「次世代商店街リーダー養成に係るアンケート調査(2009年1月実施)」

2. 次世代商店街リーダーとは、「次の世代にリーダーとなりうる経営者のこと」。商店街の内外を問わずNPO法人の代表やコンサルタントなども含まれる。