商店街活性化事例集

～『つながる』をデザインする商店街～



令和8年3月

東京都産業労働局

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

はじめに

商店街は、都民の日々の暮らしに必要な商品やサービスを提供する商業活動の拠点であるとともに、地域住民の生活や地域コミュニティを支える重要な役割を果たしています。

一方で、少子高齢化の進展やエネルギー価格の高騰、消費者の購買行動の変化などにより、商店街を取り巻く環境は厳しさを増しています。

「東京都商店街実態調査」は、行政機関や関係団体が商店街振興を進めるに当たり基礎資料として活用するため、平成元年度から3年ごとに都内の全商店街を対象として実施しているものです。

令和7年度調査においても、都内の商店街数の減少が続いていることが確認されるとともに、多くの商店街で後継者不足をはじめとした様々な課題を抱えていることが明らかになりました。その一方で、こうした状況の中にあっても、来街者の増加につながるイベントの開催や消費者の利便性向上に向けたデジタル化の推進など、商店街が活性化に向けた多様な取組を積極的に進めていることなども分かりました。

本事例集では、『「つながる」をデザインする商店街』というテーマで、東京の商店街の活性化に向けた様々な取組について、その背景、課題、解決策や効果などを紹介しております。商店街の活性化に取り組む際のヒントとして、本事例集をご活用いただければ幸いです。

令和８年３月

東京都産業労働局商工部地域産業振興課

目次

事例01：継続を力に広がった上野エリア7商店街の連携
～シタマチ.ハロウィン～
上野中央通り商店会、アメ横商店街連合会、上野中通商店街振興組合、
上野二丁目仲町通り商店会、御徒町駅南口商店会、ジュエリータウンおかちまち（台東区）、
白梅商店会（文京区）……2

事例02：「楽しいから商店街に行きたくなる」イベントを地元劇団や大学生と一緒につくる取組
～キラキラ橘☆笑店街でござる!!～
向島橘銀座商店街協同組合（キラキラ橘商店街）（墨田区）……4

事例03：多主体連携で創る地域イベント　スポーツを通じて広がる大井町の輪
～スポGOMI、スポーツ教室in大井～
大井光学通り商店街、大井駅前中央通り商店会、大井銀座商店街振興組合、
大井銀座すずらん通り商店会、大井サンピア商店街振興組合、大井東口商店街振興組合、
大井三ツ又商店街振興組合（品川区）……6

事例04：旧東海道品川宿を舞台に、4商店街がつないできた32年のイベント
～しながわ宿場まつり～
北品川本通り商店会、北品川商店街協同組合、京急新馬場商店街振興組合、
青物横丁商店街振興組合（品川区）……8

事例05：暮らしと商いをつなぐ駅前広場で、商店街・町会・地域住民が創るまちづくりイベント
～大森イーストテラスフェスタ～
大森銀座商店街振興組合、大森駅東口商店会（大田区）……10

事例06：商店街・店舗・地域住民・大学・来街者などのつながりが交差し、新たなつながりを生む連鎖拠点
～タタタハウス～
尾山台商栄会商店街振興組合（ハッピーロード尾山台）（世田谷区）……12

事例07：子どもの安全を軸に、商店街と地域の関係を育むイベント
～しょうてんがいこども110番せんげん　デジタルスタンプラリー～
大泉学園駅前商店連合会（井頭商店会、大泉学園駅南口商店会、東大泉商栄会、
東大泉仲町銀座商店街、ロードふじみ商店会、石泉ショッピング街商店会）（練馬区）……14

事例08：区内商店街と連携して実施した、商店街と来街者をつなぐ参加型パンイベント
～かつしかグルメ選手権Jaぱんカップ～
葛飾区商店街連合会（葛飾区）……16

事例09：昭和レトロをテーマに展開する、青梅エリア4商店街と地域団体の連携型アートイベント
～青梅宿アートフェスティバル～
協同組合東栄会、西分町大通り振興会、住江町商店会、青梅本町商店会（青梅市）……18

事例10：商店街・町会・NPO法人が連携して開催した子ども向け体験・回遊型イベント
～けやき通りクエスト～
けやきのまち振興会（小金井市）……20

事例11：子どもが楽しめる商店街を目指して。商店街と地域団体が一緒につくるハロウィンイベント
～ぶんじハロウィン～
国分寺駅北口商店街（国分寺市）……22

事例12：地域の伝統ある場と連携、無理なく続ける40年以上続く春の恒例行事
～ぶんじ花まつり～
本多すずらん商店会（国分寺市）……24

事例13：周辺商店街が連携し、一体のエリアとしての魅力を発信する「商店街活性化マップ」
～田無駅周辺地域活性化マップ作成～
アスタ専門店街出店者会、田無商業協同組合、田無北口商店会（西東京市）……26

継続を力に広がった上野エリア7商店街の連携

～シタマチ.ハロウィン～

上野中央通り商店会、アメ横商店街連合会、上野中通商店街振興組合、上野二丁目仲町通り商店会、御徒町駅南口商店会、ジュエリータウンおかちまち、白梅商店会





商店街情報	
所在地	東京都台東区上野2-1-3 88ビル9階 （上野中央通り商店会）
お問合せ	03-3833-0030
交通アクセス	東京メトロ銀座線　上野広小路駅 より徒歩1分 都営大江戸線　上野御徒町駅 より徒歩1分 JR山手線・京浜東北線　御徒町駅より 徒歩4分
URL	https://www.tokyo-ueno.jp/（上野中央通り商店会HP） https://shitamachi-halloween.com/（イベントHP）

1. 商店街を越えてつながる実行委員会型イベント

上野中央通り商店会は、上野駅周辺のメインストリートを形成する商店街であり、観光客やファミリー層を中心に、広域から多くの来街者が訪れるエリアに立地している。同商店街が中心となり実施している「シタマチ.ハロウィン」は、7つの商店街が連携して実施する合同イベントである。

上野中央通り商店会には総務委員会、広報宣伝委員会、事業委員会が設置されており、事業委員会を中核とした実行委員会方式によって、このイベントの実施体制が構築されている。連携先は、6つの商店街（アメ横商店街連合会、上野中通商店街振興組合、上野二丁目仲町通り商店会、御徒町駅南口商店会、ジュエリータウンおかちまち、白梅商店会）であり、上野中央通り商店会の会長である桜井氏を中心に、商店街ごとの役割や負担を調整しながら運営を行っている。

同商店街は、商店街の活動は単に店舗が集まること自体を目的とするものではなく、集まった後に組織として地域振興に取り組むことに意義があるという考えのもと活動している。また、その取組を効果的に実施するためには行政施策との連携が重要であるとしている。このため、稼働が特定の人に集中しないよう、役割分担を明確化した実行委員会方式を採用し、平時から子育て支援、地域コミュニティ形成、観光、防犯、商店街活性化など多様な行政施策と柔軟に連携している。

2. 商店街同士で連携したいという強い意志がきっかけ

このイベントは、上野エリアへの新たな集客施策を模索する中で、「上野ハロウィン」という名称で平成28年に開始された。当時の上野中央通り商店会の会長（以後、前会長）が「商店街同士がより一層連携すべきだ」という強い意向を持っていたことから、事業委員会に対して、他商店街と連携してのハロウィンイベントの実施方針を示したことがきっかけである。その後、当時の事業委員長であった現会長を中心に検討が進められた。

開始当初は2～3商店街による小規模なイベントであったが、回を重ねる中で連携を拡大してきた。会員数の多い上野中央通り商店会は資金を傾斜負担し、他の商店街には負担を抑えた形で参加してもらった。それぞれの商店街が人材、店舗、アイデアなどを出し合い、実施事項について合意形成を図りながら検討を進めた。



▶仮装コンテスト

イベントの主な内容は、トリックオアトリート（子どもたちが店舗をまわってお菓子をもらう）、仮装コンテストなどである。子どもが安心して参加できることを重視し、ファミリー層が仮装して買い物、飲食などを楽しめるイベントとしている。

このようなイベントにした経緯は、上野は動物園や公園を有し、ファミリー層との親和性が高いことから、子どもが主役となるイベントとしてハロウィンに着目したことである。「子どもたちが仮装してまちを歩く姿を見てみたい」という思いが、イベント実施の原点となっている。

このイベントは単なる集客イベントではなく、商店街に「買い物の場」という役割に加え、かつてのような「関係性を育む場」としての役割を取り戻すこと、そして上野の公園・駅・まちの回遊性を高めることを目的としている。



▶トリックオアトリートの受付



▶参加する子どもたち

3. 人のつながりを土台に広がった連携の輪

この商店街連携の取組は、中心となる商店街が一定の役割や負担を引き受けつつ、他の商店街には無理のない形で参加してもらうことで、連携の輪を広げてきた。イベントの実施エリアが面的に広がることで、実施できることの幅が広がり、認知度向上にもつながっている。

連携を拡大するにあたっては、地域に根付く長年のネットワークによるところも大きい。上野エリアでは、もともと祭礼などを通じて商店街同士が顔見知りであった。この関係性が、商店街間連携を円滑に進める土台となっている。

また、上野には学生が多くいることから、デザイン制作や神輿担ぎなどを通じて、まちの取組に参加してもらっている。

4. イベントを継続したことで見えてきた問題

現在、イベントを継続してきたことで明確に見えてきた問題がある。一つ目は、イベント自体の評判は良いものの、イベントによる来街者の増加が、店舗の売上増加に直結しにくいことである。二つ目は、参加店舗が固定化し、新規で参加する店舗が増えない状況が続いていることである。

このような状況に対し、商品券配布や店舗限定特典など店舗利用につながるような工夫を試行するとともに、会長や委員が個別に店舗を訪問し、趣旨を丁寧に説明して新規参加を促すなど、人と人の対話を重ねることで改善を図っている。

5. 「継続」が信頼関係や一体感を生み、頼られる存在に

上野中央通り商店会は、商店街連携の意向を持ち、「火付け役」となって、「やめないこと」を重視しながら継続してきた。この取組は、当初から順調に進んでいたわけではない。

開始当初は規模の大きいイベントを行った結果、赤字が続いたため、内容を見直し、現在はトリックオアトリートや仮装コンテストを中心とした内容となった。途中、コロナ禍による中断という困難にも直面したが、「継続」するという意思のもとイベントを復活させた。

継続にあたっては、商店街の中心メンバーが50代を中心とした比較的若い世代であることに加え、20～30代の青年部メンバーも事業委員会に参画しており、新しいアイデアを持続的に取り入れられる体制が整っている点も大きな強みである。

イベント運営は、一度で成果を出すものではなく、回数を重ねることで信頼関係や一体感が育まれるものである。近隣の商店街同士が同じ時期に同じ方向性を共有し、行動しているという実感が、連携を支える力となっている。イベントを続けてきた結果、地域でイベントの実施主体として認知され、商店街内の店舗や自治体から「やってみたいことがあるため力を借りられないか」という相談を受ける機会も増えている。





▶イベント当日の賑わいの様子　▶射的を楽しむ子ども

6. 来街から購買へ次の「つながり」を目指して



▶デジタルスタンプラリーのチラシ

今後は、民間企業が持つ漫画・アニメ・ゲームなどのIP（知的財産）と連携し、購買行動につながる新たな仕組みづくりを検討している。インバウンドの一定割合がIPを目的に来日していることから、上野をIPの発信拠点とする可能性を見据えている。また、デジタルスタンプラリーのアプリに蓄積された、上野エリアで実施されるイベントへの参加者約2万人分のデータについても、その活用方針を検討中である。

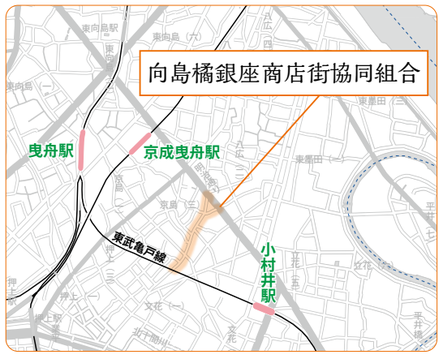
業態を越えた新たなつながりをいかに生み出していくかが、次のテーマである。

「楽しいから商店街に行きたくなる」イベントを地元劇団や大学生と一緒につくる取組

～キラキラ橘☆笑店街でござる!!～

向島橘銀座商店街協同組合（キラキラ橘商店街）





商店街情報		
所在地	東京都墨田区京島3-49-1	
交通アクセス	京成押上線　曳舟駅より徒歩9分	
お問合せ	03-3612-2258	
URL	https://kirakira-tachibana.jp/	

1. 地域住民の日常生活を支えるための取組

向島橘銀座商店街協同組合は、墨田区京島地区に位置する約80店舗規模の商店街である。周辺は住宅地が広がり、長年にわたり地域住民の日常的な買い物を支えている。

「キラキラ橘☆笑店街でござる!!」は、同商店街の事務局長である大和氏を中心に、名称や内容を変えながら10年以上継続して実施している。店舗数減少と来街者数減少が進行する中で、地域住民の日常生活を支える商店街であり続ける必要性を強く認識し、さまざまな工夫に取り組んでいる。

同イベントでは、店舗ごとに200円程度の単価設定の商品を用意してもらい、来街者にはチケットを使って食べ歩きを楽しんでもらう「つまみぐいウォーク」をはじめ、身近で参加しやすいイベントを多く展開している。



▶「キラキラ橘☆笑店街でござる!!」のチラシ

2. 地域住民のニーズへの対応

本取組の背景には、商店街の店舗数や来街者数の減少に対する危機感があった。コロナ禍前の商店街は、若い世代が仕事から帰宅する夕方には多くの店舗が閉まり、土日は休業する店も多かったため、人通りが少なかった。

「商店街が今の生活様式に対応できていないのではないか」という問題意識のもと、まずはワンストップで買い物ができるよう、本来は競合とされるはずのスーパーを4年を費やして誘致した。これにより人通りが増え、商店街全体の店舗数も回復傾向に転じた。また、高齢者が多いため、スーパーの通路の幅を広げて高齢者の押し車が通りやすいようにしたり、商店街全体には商店街の名前に由来した「たちばな」というステップバーを設置したりした。地域住民の声を聴き、ニーズに対応できる商店街を目指している。



▶高齢者が買い物をしやすいようステップバーを設置

3. 地元の劇団や学生、地域住民と一緒に商店街をつくる

本取組は、向島橘銀座商店街協同組合が主体となり、理事長を代表とした実行委員会形式で運営されている。また、墨田区教育委員会が協力していることで、子どもたちへのイベントの周知が容易になっている。

特徴的なのは、13～14年前から地域の劇団と継続的に連携し、2年前に同劇団代表の奥山氏を商店街の理事に迎えたことである。これによって、子育て世代の目線や外部視点が運営に加わった。元々は「商品を売るために人を呼ぶ」という姿勢でイベントを実施していたが、劇団の参加によって「楽しいから商店街へ来てみてほしい」というスタンスへの転換が起こり、イベント内容や雰囲気に大きな変化をもたらした。



▶地域の劇団の皆さん

さらに、近隣の複数の大学と連携し、学生が企画立案や当日運営に参画している。多い時には、商店街関係者、学生、先述の劇団やNPO法人といった外部団体を含め30～40名体制でイベントを運営している。学生や外部団体の力を借りることで人手不足を補完している。

「つまみぐいウォーク」のチラシもかつて学生が描いたイラストをもとに現在は地域住民に描いてもらっている。このように地域の人材を最大限活かすことで、運営側・来街者の双方にとって楽しいイベントにすることに成功した。



▶「つまみぐいウォーク」のチラシ。地域住民がデザインしている。

4. 最初は意欲がある人で取り組み、次第に輪を広げていく

取組を進める上で最大の課題は、店舗間の意識差であった。すべての店舗がイベントの参加に前向きとは限らない。これに対し、当初から全店舗に参加を求めるのではなく、まずはイベントに参加意欲のある店舗のみで実施し、徐々に取り組みの輪を広げていく方針とした。たとえば、「つまみぐいウォーク」への参加店舗は約30店舗程度までに増えているが、無理なく継続できる規模として輪が広がりつつある。

また、1～2か月に1回程度、若手商店主との意見交換の場を設け、現場の意見を直接聞く機会を設けてきた。

5. 重要なのは信頼関係の構築と商店街経営の視点

本イベントの継続には関係者との信頼関係を構築することが重要だったと考えている。関係づくりや信頼醸成には2～3年、商店街全体としての変化を実感するには10年単位の継続が必要であった。外部団体との連携においても、繰り返し携わってもらうことで初めて信頼関係が生まれる。楽しそうに取り組む姿勢そのものが、人や協力者を引き寄せるという点も、実践から得られた学びであるという。

また、商店街経営の視点も重要であるという。年間30日間程のイベント実施期間以外は、商店街を「場」として開放している。修学旅行生の受け入れをはじめ、地元特産品の販売スペースの提供、地域イベントの会場提供、外部団体による利用にも対応している。現在はロケ撮影の誘致を行うフィルムコミッション事業が収入の柱のひとつとなっている。

6. 日常でも災害時も、地域に「頼りにされる」商店街へ

今後は、イベントによる賑わい創出に加え、防災機能を備えた商店街づくりに力を入れていく方針である。すでに補助金を活用し、簡易トイレや備蓄品の整備を開始しており、町会とも連携しながら地域を支える体制づくりを進めている。

日常においては、買い物や交流の場として親しまれ、イベントを通じて商店街の取組を地域に広く浸透させていく方針である。こうした取組を積み重ね、商店街を普段の暮らしの中でも、災害時においても、「頼りにされる」地域の拠点へと発展させていきたいと考えている。

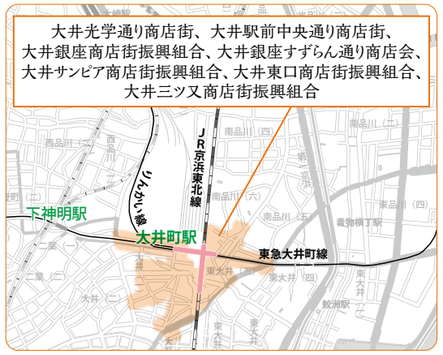


▶商店街の街灯

多主体連携で創る地域イベント
スポーツを通じて広がる大井町の輪
～スポGOMI、スポーツ教室in大井～

大井光学通り商店街、大井駅前中央通り商店会、大井銀座商店街振興組合、大井銀座すずらん通り商店会、大井サンピア商店街振興組合、大井東口商店街振興組合、大井三ツ又商店街振興組合





商店街情報		
所在地	東京都品川区大井1-24-5 （大井光学通り商店街）	
お問合せ	mnomura@enue.co.jp	
交通アクセス	JR京浜東北線　大井町駅より徒歩7分	
URL	https://ooimachi.jp/shop/shoplist/malls/kougaku/	

1. 商店街 × NPO × 企業･学校の連携イベント

「スポGOMI、スポーツ教室in大井」は、制限時間内にチームでごみを拾い、ごみの量と質でポイントを競い合うスポーツ「スポGOMI」を中心として、子ども向けスポーツ教室やダンス教室などを実施するイベントである。大井光学通り商店街が中心となり、大井町エリアの他の6つの商店街（大井駅前中央通り商店会、大井銀座商店街振興組合、大井銀座すずらん通り商店会､大井サンピア商店街振興組合、大井東口商店街振興組合、大井三ツ又商店街振興組合）や地域のNPO法人であるNPOまちづくり大井と連携して実施している。

NPOまちづくり大井には上記7商店街の他、企業、学校、個人など約130の会員が所属している。大井光学通り商店街の会長である増子氏は、NPOまちづくり大井の副理事長も務め、商店街活動とまちづくり活動を連携させ、一体的に推進している。

本イベントは、企画立案や現場運営は商店街が中心となって行い、広報・集客・行政調整はNPOまちづくり大井が担っている。イベントの主催は7商店街のうち3商店街による名義で登録されているが、実際にはすべての回において全商店街が関与しており､複数の商店街が連携して実務を分担することで、規模の大きなイベントの継続開催を可能にしている。また、スポGOMIの考案者である一般財団法人日本財団スポGOMI連盟の指導のもと､近隣の学校、企業、地域住民が運営に関わる、多主体連携型の体制を構築している。

2. 地域の活性化のために､誰かの「やってみたい」を形にする

大井光学通り商店街は、防犯灯の老朽化や治安への不安を背景に設立された商店街である。地域で店舗を営む複数の店主が中心となって商店街組織を立ち上げ、周辺の商店街とも連携しながら地域を活性化させるための取組を模索してきた。

地域活性化の取組を推進する中で、増子氏は誰かの「やってみたい」を叶えたいという思いがあった。スポGOMIのイベントは、その流れの中で、約18年前に本格的に開始されたものである。



▶「スポGOMI」の表彰の様子

増子氏の知人である馬見塚氏が始めた「スポGOMI」は、当初はまだ大きなイベントにまでは至っていなかったが、増子氏が「大井町でやってみよう！」と声をかけてスタートさせた結果、現在では世界的に実施されるイベントとなった。大井町においても、地域イベントとして定着し、現在まで継続して実施されている。

現在、大井町のイベントでは、スポGOMIに加えて子ども向けスポーツ教室を組み合わせて実施している。流入人口が多く、地域を知らない人が多い大井町で、親子で参加できるイベントとして地域住民と地域との接点をつくることを目的としている。イベント時には、近隣学校の校庭や体育館を会場として活用し､雨天時にも対応可能な運営を行っている。

3. 楽しさが人を呼び、つながりが取組を広げる

本イベントの最大の成功要因は､「関わる人が楽しめること」を最優先にしてきた点にある。スポGOMIという競技性と社会性を併せ持つコンテンツに、プロスポーツ選手によるスポーツ教室を組み合わせることで、子どもから大人まで参加しやすいイベントとなった。

また、NPOまちづくり大井を介して学校や企業とつながることで、集客力と運営力を高めている。参加者は当初100名未満であったが、現在では約600名規模にまで拡大している。



▶「スポGOMI、スポーツ教室in大井」のチラシ

4. つながりを活かして人や資金を集めていく

イベント開始当初は､参加者が集まらないことや、人手や資金が不足していたことが問題であった。

これに対し、学校での周知や、募集対象を明確にした広報を行うことで参加者を増やしてきた。人手不足については、商店街会員や他商店街、顧客に個別に声をかけ、参加可能な時間帯や役割に応じて人員配置を行い、各自の状況に配慮した形で協力を得ている。店舗側がイベントに協力をすることでメリットを感じられるように、イベントの景品として商品券等を用意することで、商店街内での利用につながる仕組みとし､イベントへの関心を高めてきた。

資金面では、過度な自己負担は行わず、補助金や地域の企業からの寄付を活用している。

5. 日ごろから人脈を広げ、頼れる先をつくる

本取組のポイントは、商店街単独で取り組むのではなく、NPO、学校、企業など、地域の既存組織や人との関係性を活かす点である。増子氏は､「いただいた名刺はすべて相談先である」と話し、特定の専門家ではなく多様な人から助言を得てきた。人手が足りない時には個別に知人をあたって手伝いを依頼したり、自店舗が飲食店であることを活かして来店した地域の人とのネットワークの構築も行ってきた。スポーツ教室の講師も、同氏の人脈を辿ってプロ講師を招いている。



▶「スポGOMI」選手宣誓の様子



▶集めたごみの計量の様子

6. イベントを続けること自体が目的ではない

今後については、現体制に固執せず、次世代の担い手が主体となって内容を見直していくことが望ましいと考えている。イベントの規模や内容も、その時々の状況や担い手の意見に応じて柔軟に変化させていく方針であり、イベントの継続そのものを前提とするものではない。増子氏はこれまでも誰かの「やってみたい」を叶えてきたが、2年程度試して成果が出なければ別の「やってみたい」を試してきた。

商店街、NPO、学校、企業、地域住民が「その時やりたいこと」を起点に新しいかたちの地域イベントが生まれていくことを期待している。

旧東海道品川宿を舞台に、4商店街がつないできた32年のイベント

～しながわ宿場まつり～

北品川本通り商店会、北品川商店街協同組合、京急新馬場商店街振興組合、青物横丁商店街振興組合





商店街情報		
所在地	東京都品川区北品川2-28-19 品川宿交流館 （旧東海道品川宿周辺まちづくり協議会）	
お問合せ	03-3472-4772	
交通アクセス	京急電鉄　新馬場駅より徒歩6分	
URL	https://www.toukaido-shinagawashuku.com/ （旧東海道品川宿周辺まちづくり協議会HP） https://shinagawa-shukuba-matsuri.tokyo/ （イベントHP）	

1. 旧東海道品川宿の伝統を感じられる2日間のイベント

かつて東海道一の宿場として栄えた旧東海道品川宿を舞台に、毎年9月下旬に2日間にわたって行われる「しながわ宿場まつり」は、北品川本通り商店会、北品川商店街協同組合、京急新馬場商店街振興組合、青物横丁商店街振興組合の4商店街が連携して実施している。

平成2年の第1回以降、現在まで32回にわたり継続して開催され、2日間で約9～10万人が来場する。

しながわ宿場まつりは、旧東海道北品川の八ツ山から南品川の青物横丁まで約2kmのエリアで、宿場町の歴史にちなんだ内容として、時代行列を実施しているほか、沿道各所では模擬店や展示、地域団体による企画が展開され、まち全体で来場者に魅力ある体験を提供する。また、警察と連携した交通安全パレードも行われており、地域行事を生かした安全啓発の取り組みを進めている。



▶パレードの様子

2. 歴史的にライバル関係にあった商店街が連携して運営

かつて品川宿は南北に分かれ、それぞれが個別の祭礼や行事を行っていた。歴史的に南北で異なる役割や文化を担いながら発展してきたことから、互いにライバル関係にあったとも言われている。

そうした南北に分かれた商店街同士が連携し、一つの祭りを開催するに至った背景には、複数の要因があった。

要因の一つとして、品川寺の大梵鐘が昭和5年にジュネーブ市から贈還され、その60周年を迎えたことを契機に、品川区とジュネーブ市の間で友好都市関係が結ばれ、交流行事が行われたことが挙げられる。

この国際交流をきっかけに、地域全体で来街者を迎え、品川宿の歴史や魅力を発信しようという機運が高まり、しながわ宿場まつりの開催が構想された。あわせて、当時は商店街周辺の環境変化が見込まれる中で、地域としての魅力や存在感をいかに維持・向上させていくかが重要な課題として共有されていた。

さらに、旧街道の石畳整備や無電柱化といったハード整備が進む中で、整えられた街並みを生かし、人を惹きつけ、記憶に残る体験を生み出すための取り組みとしてソフト事業の必要性が意識されるようになり、南北に分かれていた商店街が一丸となって地域を盛り上げようとする意識が形成されていった。

こうした複数の背景が重なり合い、宿場町として培われてきた歴史や文化、そして街道沿いの暮らしの記憶を軸とした共同の祭りとして、しながわ宿場まつりが立ち上げられた。

また、旧東海道という現在も生活道路や交通動線として使われている空間を会場としていることから、イベントの中に交通安全の要素を組み入れる必要性が意識されている。

こうした考えのもと、来街者や地域住民が自然に安全意識を持てる形を目指し、警察と連携した交通安全パレードが取り入れられている。時代行列と並行して実施することで、イベントの賑わいに安全啓発を組み込む取組として位置づけられている。





▶交通安全パレードの様子（左）
時代行列で練り歩く様子（右）

3. 継続を支える運営体制の工夫

かつては、各商店街が数年ごとに責任者を持ち回りで担当していた時期もあったが、担当が変わるたびに方針や体制がリセットされてしまうという課題があった。こうした反省を踏まえ、現在では実行委員長を固定し、継続的に運営を担う体制へと移行している。また、数年前からは実行委員会として「しながわ宿場まつり実行委員会」を立ち上げ、各商店街から1～2名の代表者が参加する形で、全体の企画調整や行政との調整を行っている。商店街同士が日常的に顔を合わせ、話し合いを重ねる体制が、連携の土台となっている。

また、地域住民や学校ボランティアの協力を得ることで人手を補っており、交通整理や警備などの業務も内部で対応している。そのため、外部に頼ることなく、運営することができている。

4. イベントを契機とした商店街への誘客

商店街では担い手不足が深刻で、個人店が多いことから、日常の営業と並行してイベントの運営を担うことが難しい店舗も少なくない。加えて、イベント期間中は露店での消費が増えるため、店舗の売上に直接つながりにくいという声が上がることもある。こうした状況を踏まえ、実行委員会は「イベントで来街者を集めること」を担い、各店舗はイベント当日の接客や提供する商品及びサービスを工夫して「来街者を店舗へ誘引し売上につなげること」を担う、という役割分担を丁寧に説明してきた。

イベント当日の売上に直結しなくても、しながわ宿場まつりをきっかけに地域外からの来訪を生み、将来的な再訪・購買につなげる流れをつくることが重要であるとの認識のもと、店舗への声掛けや関係づくりを継続している。





▶しながわ宿場まつりのパンフレット

5. 試行錯誤を重ねて持続可能な仕組みへ

32年間継続できている大きな理由には、イベントの内容や実施方法及び体制などの試行錯誤を重ね、その都度検証し、進化し続けていることが大きい。

さらに、準備段階から商店街の店舗に寄り添い、丁寧に話を聞く姿勢も重要である。店舗ごとの事情を理解し、共感を示した上で「一緒に取り組んでいきたい」という意向を共有することが、結果として商店街同士の信頼関係を深め、連携を継続させる力になっている。

試行錯誤を重ねながら店舗との信頼関係を築いていくことが、イベントを継続的に発展させていくうえで欠かせない要素だと言える。

6. 品川の伝統と文化を次世代に受け継ぐために

今後については、旧東海道品川宿に根付く歴史や文化を核とした取組を維持しながら、持続可能な形で継続していく方針である。周知方法の工夫や、子ども向けの体験型コンテンツの充実を図り、イベントに参加した子どもたちが将来大人になったときにイベントの記憶がよみがえるような体験を提供していきたいと考えている。

また、新しい住民が増えていく中で、地域とのつながりを生み、新たな担い手として参加しやすい環境づくりも検討している。旧東海道沿いに残る歴史ある雰囲気と、新しく開発され変化していくまちの両面を併せ持つ品川の地域特性を活かし、商店街同士の連携を次の世代へとつないでいきたいと考えている。

暮らしと商いをつなぐ駅前広場で、商店街・町会・地域住民が創るまちづくりイベント

～大森イーストテラスフェスタ～

大森銀座商店街振興組合、大森駅東口商店会





商店街情報		
所在地	東京都大田区大森北1-15-12（大森銀座商店街振興組合）	
お問合せ	03-3761-9059	
交通アクセス	JR京浜東北線　大森駅より徒歩7分	
URL	https://www.omori-east-terrace-festa.com/	

1. 商店街×町会×地域の多様な主体が交わる駅前広場

大森駅前を拠点とする「大森イーストテラスフェスタ」の取組は、地域の商店街や町会が連携して実施している取組である。実行委員会副委員長の伊藤氏を中心に、商店街イベントの枠を超えて、地域全体のまちづくりを目的とした長期的な活動の一環として展開されている。

実施に当たっては、東京都の「地域連携型商店街事業」を活用し、商店街（大森駅東口商店会、大森銀座商店街振興組合）と町会（大森北一丁目町会）が連携した実行委員会を設置している。令和6年度までの5年間は大森駅東口商店会と町会で主催し、令和7年度からは大森銀座商店街振興組合が新たに連携先として加わった。なお、大森駅東口商店会は引き続き運営に関与している。

駅前広場が令和2年に再整備され、イベント活用が可能になったことが開催の大きなきっかけとなり、新型コロナウイルス感染症による中断を経て、現在まで継続的に開催されている。

2. 「商店街のため」だけではなく「まちのため」

取組の背景には、伊藤氏が一貫して持つ「商店街振興は目的ではなく、地域の雰囲気や文化を守ることが結果的に商店街を残す」という問題意識がある。

大森駅周辺は住宅地と商業地が混在するエリアであり、賑わい一辺倒ではなく、家族連れが安心して過ごせる「上品な賑わい」をどう創出するかが課題であった。20年以上活動してきたまちづくり協議会での議論の中から、イベントを「目的」ではなく「手段」として位置づけ、まちのイメージづくりに取り組む方針が固まった。しかし、イベントだけで「上品な賑わい」をつくることには限界がある。そのため、商店街のガイドラインを作成し、商店街での過ごし方やルールを明記した。これにより、日常からイベントと同じ考え方で継続的にまちづくりを行っている。



▶イーストテラスフェスタのチラシ

3. 立場の違いがアイデアを生み、持続性を高める

この取組の最大の成功要因は、商店街・町会・若者や新規転入者を含む地域住民といった多様な立場の意見を広く取り入れていることである。実行委員会では、商店街が「売る側」としての意見を出し、町会・地域住民が「暮らす側」としての意見を出し、若者や新規転入者が「外からの視点」を持ち込むという関係性が生まれている。意見が対立することもあるが、企画段階から議論を重ねることで、芸者文化やバー文化、子ども向け体験、スポーツイベントなど、世代横断型のプログラムが生み出されてきた。「大森で実施する意味のある取組かどうか」を基準に、さまざまな関係者の「やってみたい」を実現させている。

また、月1回の定例会議を「誰でも参加できる場」として新しい参加者を受け入れたことにより、当初は距離のあった商店主も徐々に関与するようになり、「顔の見える関係性」が蓄積されていった。



▶イーストテラスフェスタ　子ども向け体験の様子

4. 現場の負担に対し、丁寧に対応していく

最も苦労した点は、イベントを継続すること自体の負担が大きかったことである。その過程で、実行委員会はさまざまな課題に直面し、対応を続けてきた。

たとえば、毎月のイベント実施に伴う準備負担や商店主の高齢化・人手不足に対しては、無理に全員参加を求めず、可能な範囲で関与できる体制を整えた。また、道路使用許可や警察・区への申請手続きについては、行政担当者と継続的に対話を重ね、理解を得た。

5. 名物・地域施設・来街者など地域のヒト・モノとつながる

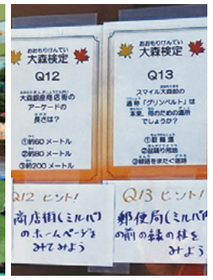
この取組は、地域内のさまざまな主体のつながりを形成している。イベントを商店街、町会、地域住民が連携して実施しているだけでなく、地域の名物を扱ったり、地域施設と連携したりと、地域全体のまちづくりを目的としているからこその内容となっている。たとえば、イベント内で海苔や梅干しといった名物を地域の歴史に基づいて紹介したり、大森駅周辺に立地するキネカ大森の映画情報を屋外で発信するなど、地域の魅力を共有する内容となっている。

また、イベント当日だけでなく、通年で駅前広場を活用する自主事業として毎月「芝生広場」を実施し、人が集まる場をつくるとともに「イーストテラスフェスタ」の周知も行っている。「芝生広場」とは、人工芝を敷き、人が寝転がるなどして自由に過ごすイベントであり、大規模なイベント単発ではなく、それにつながるような情報発信や機運醸成の取組を定期的に実施する工夫がなされている。

成果を売上や来場者数だけで測らず、地域への理解や愛着の醸成を重視している点も特徴である。「大森検定」と称したクイズラリー企画では、店舗を訪れ、商店主に聞かなければ正解できない仕掛けを設けることで、来街者と商店主の会話が生まれ、関係性が育まれている。イベント終了後も、「イベントをきっかけに来ました」という買い物客が来店するようになっている。最近では、取組の認知度が上がり、「今年はいつやるの」と尋ねられることも増えている。



▶芝生広場でのヨガタイムの様子



▶大森検定の問題

6. 次の担い手へ、次の議論へ

今後は、イベントの継続だけでなく、次世代が議論に参加する場づくりが重要になると考えている。具体的には、駅前広場の新たな活用方法の検討や、広場に隣接するバスターミナルの改修に向けた議論への地域住民の参画、さらに海・空といった大森の地域特性を生かした来街動機づくりなどが展望として挙げられている。

伊藤氏は、「自分が担い続けるのではなく、次の人たちが考え始めることが大事」と語っており、つながりを引き継いでいくことが、次のテーマになりつつある。

商店街・店舗・地域住民・大学・来街者などのつながりが交差し、新たなつながりを生む連鎖拠点

～タタタハウス～

尾山台商栄会商店街振興組合（ハッピーロード尾山台）





商店街情報		
所在地	東京都世田谷区等々力2-18-15	
交通アクセス	東急大井町線　尾山台駅より徒歩1分	
お問合せ	03-3703-4070	
URL	https://oyamadai.com/	

1. 地域の居場所・コミュニティ拠点である「タタタハウス」

尾山台商栄会商店街振興組合は、東急大井町線・尾山台駅前に約150店舗が連なる地域密着型の商店街である。店舗が多く立ち並び、長年にわたり地域の生活を支える商店街として機能してきた。

同商店街理事長の高野氏が代表を務める「タタタハウス」は、67年続いた家業の洋品店をリノベーションし、令和4年4月に開設された、コミュニティづくりを目的とした多機能型拠点である。タタタハウスという名前は、「『多』よりもっと多い（多様な）」という意味である。小売、居場所機能としてのカフェのほか、レンタルスペース事業（物産展、移住イベント、ワークショップなど）、一般社団法人「おやまちプロジェクト」によるコミュニティ活動を組み合わせて運営している。居場所として高齢者や子育て世代が日常的に利用するほか、「おやまちプロジェクト」の取組として、子ども食堂や健康相談、趣味活動などの多様な活動が展開されている。さらに、大学の研究室も入居し、調査や地域活動の拠点として活用されている。


▶タタタハウスの外観

2. 商店街と店舗の問題意識から始まった新しい取組

本取組の背景には、高野氏の商店街に対する問題意識があった。昔ながらの店舗がなくなりチェーン店が増える中で、将来の商店街に危機感を覚えた高野氏は、大学教授の坂倉氏を訪ねた。これをきっかけに、平成29年頃から大学との連携が始まり、商店街・店舗・大学が交流を持つようになった。

その後、高野氏は築年数が経過した店舗の活用方法を模索する中で、ゲストハウスの1階のカフェにあるような「関係性を紡いでくれる場所」のイメージをもとに、タタタハウスを誕生させた。タタタハウスは、大学と連携して取り組む「おやまちプロジェクト」の拠点となっている。

大学と連携したことにより、商店街に新たな発想が生まれ、商店街を「街のリビング」と捉えた滞在型の空間づくりを意識した新たな取組が生まれた。16時から18時の商店街が歩行者天国となる時間帯には、道路に人工芝を敷き、ゼミやゲーム、水遊びなどさまざまなイベントを実施している。


▶歩行者天国時の商店街

また、近年は、東京都の「未来を創る商店街支援事業」を活用し、中長期的な地域価値向上に取り組んでいる。具体的には、地域住民の意識調査や交通量調査、さらには商店街の石畳を対象に、まちの共有財化を目的とした活動として、街路資源の修復履歴などの可視化・記録に取り組んでいる。これらの取組も大学と共同で実施している。


▶商店街の石畳

3. 居場所から新たなつながりが生まれる

この取組の成功要因は、長年地域に根差してきた店舗としての信頼を土台に、「人と人をつなぐ場」としての機能を大切にしてきた点にある。この取組の中心的役割を果たした高野氏と、長年にわたって家業の洋品店で地域の人とのネットワークを築いてきた高野氏の母の存在は大きい。

また、タタタハウスにおけるコミュニティ活動の企画はそれぞれに主体者がおり、やりたい人が挑戦できるチャレンジの場となっている。各企画を通じてタタタハウスに集まった人々がつながり、そこから新たな活動が生まれることで、つながりが連鎖的に広がっている。


▶コミュニティ活動
カレー食堂の様子

また、タタタハウスでは「にっぽんタタタ」という取組も行っており、全国各地の自治体や地域関係者がタタタハウスを訪れ、商店街の近隣に住む人たちに少人数かつ対話を重視した形で地域紹介をしている。その結果、当該自治体との関わりを持つ人が出てきたり、地域おこし協力隊としての移住などにつながっている。特産品の販売や試食を通して、全国各地の多様な暮らしに触れる機会を提供し、来街者の人生を豊かにすることに貢献しつつ、地域間のネットワーク形成にも寄与している。

4. 資金・人材を確保するための工夫

コミュニティ形成を目的とした取組の困難な点は、事前に成果を数値化しにくく、その結果として資金・人材の調達が難しいことである。こうした課題に対し、タタタハウスでは小売業を収益の柱とすることで、安定した経営を実現している。」また、スペース利用については、ビジネス目的の利用者からは利用料を徴収する一方、コミュニティ活動での利用者についてはコーヒーを一杯注文してもらうのみとするなど、利用目的に応じた柔軟な料金設定を行っている。このように複数の収益源を確保することでコミュニティ活動と事業性の両立を図っている。

一方、商店街では理事の高齢化と担い手不足が問題となっていた。商売を続けながら商店街運営を担う負担が大きく、若い世代が運営に参画しにくい状況があった。そこで、商店街関係者と地域住民が出資した「おやまだい株式会社」や大学、一般社団法人と連携する体制を構築した。具体的には、理事は方向性の決定に専念し、イベント運営や調査、広報などの実務は外部委託する体制へ転換することで、理事会の半数を大学生や30～40代の若い世代に刷新した。


▶取組に関わる学生

5. 商店街は、商品を売り買いするだけの場ではない

タタタハウスの取組は、「ファンづくり」ではなく「仲間づくり」を重視している。「商店街と地域住民との関係は、単なる売買のやり取りにとどまらない。金銭を介さない別の次元のつながりが、結果として商売にも良い循環をもたらしている。」と高野氏は話す。

日常的な居場所を提供するタタタハウスには、毎日立ち寄る高齢者や子どもを一時的に預けるお母さんがいる。「元気にしてる?」「困ったことない?」と自然に声をかけ合いながら、地域のつながりを確かめる場になっている。

また、小学校から依頼を受けて、働くことを実感できる授業の一環として、小学生が企画、準備、販売を行う「おやまだいマルシェ」を実施したこともある。参加した小学生の中には、その後も商店街運営の手伝いに訪れる姿が見られ、継続的な関係づくりにもつながっている。


▶日常的な居場所としての
タタタハウス

6. 関係構築の輪を広げ、地域全体でのコミュニティづくりへ

今後について、タタタハウスとしては、現在の規模と機能を維持しながら、ここで生まれた関係性が新たな関係を生む循環を深めていきたいと考えている。新しい事業を次々と増やすことよりも、既存の取り組みを通じて関係性の輪が広がり、成熟していくことが重要だと考えている。

商店街としては、「未来を創る商店街支援事業」を通じて始まった外部連携型の運営を、補助事業終了後にどう継続していくかが課題である。商店街が担う生活を支える役割と、人が集い交流する場としての役割を整理した上で、後者を地域住民とともに支える仕組みとすることを目指している。資金面では、BID制度など、地域から原資を調達する仕組みの必要性を検討している。

子どもの安全を軸に、商店街と地域の関係を育むイベント

～しょうてんがいこども110番せんげん　デジタルスタンプラリー～

大泉学園駅前商店連合会
（井頭商店会、大泉学園駅南口商店会、東大泉商栄会、東大泉仲町銀座商店街、ロードふじみ商店会、石泉ショッピング街商店会）





商店街情報		
所在地	東京都練馬区東大泉6-46-11（ロードふじみ商店会）	
お問合せ	03-3923-5703	
交通アクセス	西武池袋線　大泉学園駅より徒歩6分	
URL	https://www.youtube.com/@ro-dofujimi	

1. 駅前6商店街が連携し、地域の安全を守る取組

「しょうてんがいこども110番せんげん　デジタルスタンプラリー」のイベントは、大泉学園駅前商店連合会（大泉学園駅周辺の6商店街であるロードふじみ商店会、井頭商店会、大泉学園駅南口商店会、東大泉商栄会、東大泉仲町銀座商店街、石泉ショッピング街商店会）が主催のイベントである。同イベントは、ロードふじみ商店会が実施していた「こども110番せんげん」を起点として、新たに6商店街が連携して実施したデジタルスタンプラリーイベントであり、地域のつながりを強化し、安全なまちをつくるための取組である。

2. PTA経験から生まれた「商店街で守る」発想

取組のきっかけは、ロードふじみ商店会会長の加藤氏が小学校PTAの安全委員長を務めた際に、既存の子ども110番事業をよりうまく活用できるのではないかと考えたことであった。避難場所として登録していても、高齢者のみの店舗や不在時間の多い店舗の場合には子どもが実際に助けを求められないという問題点を踏まえ、新たな取組を検討した。

そこで、商店街という「日中は人の目がある場所」で、子どもを見守る意思を明確に示す取組として、「こども110番せんげん」を構想。約6年前にロードふじみ商店会単独でステッカー掲示を開始した。不審者対応に限らず、水の提供やトイレの貸し出しなど、日常的な見守り機能を担うことを商店街として明確化した。

その後、駅前の商店街で連携して実施していたスタンプラリーをデジタル化する際、「こども110番せんげん」をスタンプラリーのテーマとして、6商店街合同の取組へと発展させた。目的は、子どもの安全確保だけでなく、商店街間、商店街と地域住民、親子と商店主といった多層的な「つながり」を生み出すことであった。

「こども110番せんげん」のステッカーは、現在で



▶店舗に貼り出されている「こども110番せんげん」のステッカー

はロードふじみ商店会で10店舗程度、その他の連携商店街全体で30～40店舗程度が貼り出している。大泉学園駅周辺のさまざまな場所で目にする機会を増やすことで、地域全体に見守り意識を根付かせていくことがポイントである。このまちには見守りの目があるということを可視化した結果、犯罪の抑止につながっていると感じている。

3. デジタルの力を活かし、親子と地域のつながりをつくる

成功の大きな要因は、デジタルスタンプラリーを活用した点にある。QRコードを掲示するだけで本取組に参加可能な仕組みとしたことで、店舗の負担を大幅に軽減し、人手不足の中でも実施可能な運営体制が実現した。

また、親子連れを主なターゲットとし、子ども向けだけでなく大人にも魅力のある景品を用意したことにより、親子で街を回遊する行動を促した。取組を周知するために小学校へのチラシ配布を行うなど、学校とのつながりも生まれている。さらに、駅前の大型スーパーからスタンプ設置・チラシ配架に協力いただいたことで、イベントの認知度が高まり、商店街に足を運ぶ地域住民が増えるきっかけになった。

スタンプをすべて集めた参加者は約5,000人にのぼり、参加者からは「普段行かないところに行けた」という感想が多く寄せられた。デジタルスタンプラリーへの参加を通じて新しく知った店舗に、その後も訪れる人が増えている。



▶「こども110番せんげん　デジタルスタンプラリー」のポスター

4. 担い手不足の中で取組を継続するための工夫

本取組における問題は、担い手不足と個人への負担集中であった。各商店街の会長は本業を抱えており、ボランティア性の高い商店街活動に十分な時間を割くことが難しい状況にある。これに対し、加藤氏が企画の素案を作成し、LINE上で承認を得るという進め方を徹底した。全員で一から議論するのではなく、「たたき台」を共有することで合意形成を円滑にしたのである。補助金申請などの事務作業は他商店街と分担しながら進めた。

また、紙のスタンプラリーは集計作業に人手を要していたが、デジタル化によって省力化を図ることができ、現場の負担軽減につながった。

5. つながりを大事にし、訪れたチャンスを活かす

デジタルスタンプラリーのはじまりは、連続テレビ小説「らんまん」の放送による話題性を活用したことである。大泉は「らんまん」に登場する牧野博士が約30年間を過ごしたゆかりの地であり、この放送をきっかけに練馬区商店街連合会が「大泉学園駅周辺商店街ぶらぶらさんぽ」というパンフレットを作成したことで来街者が増加し、さらなる集客につなげるチャンスが訪れていた。このような機会を逃さず、行動を起こすことが地域を盛り上げることにつながる。また、共通の目標に向かっていくことは、関係者が一丸となって動くきっかけにもなっている。

商店街相互の連携は、商店街間のつながりが長年維持されていたことによって実現したものである。人と人とのつながりは一朝一夕には生まれないが、加藤氏は10年以上にわたり自店舗で主催していた異業種交流会「大泉宝人を目指す会」を通じて、近隣の人々とのつながりを構築していた。このようにして構築された、日頃からすれ違ったら挨拶をするような緩やかな関係が、取組の下支えとなっているのである。





▶「らんまん」をテーマにしたデジタルスタンプラリーのパンフレット

6. テーマを軸に、つながりの強固なまちへ

今後は「こども110番せんげん」に限らず、大泉学園が持つマンガ・アニメといった地域資源をテーマにした取組にも挑戦したい意向である。

また、加藤氏は「店舗は、プロ野球でたとえると選手一人ひとりであり、それぞれが主役である。一方、球場に人を呼び込むための方策は選手全員で話し合う必要がある」、「まちとして人を呼び込むためには、『共通のテーマ』を持ち、店主同士が顔を合わせて話し合う場が必要である」と話す。

「安全」と「賑わい」を同時に育てていく取組として、今後も地域とともに発展させていく。

区内商店街と連携して実施した商店街と来街者をつなぐ参加型パンイベント

～かつしかグルメ選手権Jaぱんカップ～

葛飾区商店街連合会





商店街情報		
所在地	葛飾区青戸7-2-1 テクノプラザかつしか3F	
お問合せ	03-3838-1813	
交通アクセス	京成本線　青砥駅より徒歩15分	
URL	https://www.katsushika-kushouren.jp/ （葛飾区商店街連合会HP） https://japan-cup.com/ （イベントHP）	

1. 連合会を中心とした広域連携イベント

パンをテーマとしたイベントである「かつしかJaぱんカップ」は、葛飾区商店街連合会（葛飾区内の49商店街が加盟）が主体となり実施している、区内横断型の商店街イベントである。連合会が区内各商店街に参加を呼びかけ、各商店街が会員店舗へと周知することで、「連合会―商店街―店舗」という多層的な連携体制が構築されている。

この取組の実施にあたっては、若手店主・役員を中心に構成された事業推進委員会が立ち上がり、企画・運営の中核を担っている。同委員会の発足により、商店街同士が話し合う場が生まれ、他区の事例や取組を聞く機会も増えている。

2. 区内商店街同士の連携が持つ重要性への気づき

葛飾区商店街連合会では、かつてイベント事業を積極的に行っていなかった。転機となったのは、東京都の地域連携事業を活用し、墨田区・江戸川区・足立区と連携イベントを実施した経験である。この経験を通じて、「区外と連携するだけでなく、区内商店街同士が連携する取組が必要ではないか」という認識が、連合会内部で共有されるようになった。

検討を進める中で、店舗単独では情報発信に限界があることから、複数店舗が連携したイベントを通じて、店舗や商店街の存在を広く知ってもらう機会をつくろうと考えた。また、他地域でパンをテーマとしたイベントが展開されている状況に着目した。区内には個性あるパン店舗が点在しており、それぞれが独自の商品を開発している。幅広い層に親しまれるパンは、多様な区の消費者ニーズにもマッチすると考えた。「じゃあ、パンでやってみよう」、「ジャズを聴きながらパンを楽しむ」という発想から、参加者に区内のパン店舗を巡り、投票してもらう「かつしかJaぱんカップ」が立ち上がった。

こうして立ち上がった本イベントの目的は、イベント自体の成功だけではなく、複数のパン店舗の周遊を契機として「葛飾区の商店街を知ってもらうこと」にある。



▶葛飾区のパン店舗

3. 消費者を主役に据えた“参加型”の仕掛け

このイベントは、店舗イベント（来街者による購入・投票）と会場イベント（結果発表・ジャズ演奏・お笑いライブなど）を組み合わせたイベントである。来街者は実際に商品の食べ比べを行ったうえで投票する仕組みとなっていて、参加者が「選ぶ」「評価する」という行為を通じてイベントに主体的に関与する構造をつくっている点が最大の特徴である。

参加店舗は、毎年設定されるテーマに沿ったオリジナル商品を開発し、販売を行っている。テーマは、パン店舗にヒアリングすることで流行などを把握し、事業推進委員会で検討している。令和8年開催の第8回では、会場イベントがバレンタインデーに開催されることに合わせ、「チョコ＆フルーツ」がテーマとなっている。毎年テーマを変えることは、イベントを飽きさせない工夫であるとともに、各店舗が創意工夫を凝らしてオリジナルのパンを開発することで、店舗の開発力向上にもつながっている。

さらに、店舗イベントで地域内の回遊性を高めるだけでなく、会場イベントでは異なる目的で来場した人々を相互に誘導することに成功している。たとえば、お笑いライブを目当てに来場した人がパンを購入したり、パン購入者がジャズ演奏を楽しんだりと、相互に人の流れが生じている。

飲料や関連商品の販売も行い、滞在時間の延長と賑わい創出を意識した結果、令和7年には約2万人を動員し、区内外から新規の来街者が生まれている。





▶店舗イベントで行われた投票と
イベント用に開発されたオリジナルのパン



▶会場イベントで行われたお笑いライブ

4. 人手不足の中で、個別対応を積み重ねた運営

本取組では、店主の高齢化や人手不足により、会議への参加や事前準備にかかる負担が大きな課題となっている。

こうした課題に対し、委託事業者に一部業務を依頼しながら、パン店舗を一軒ずつ訪問して声掛けを行い、出店調整や情報共有を行っている。このような個別対応により、一つの商店街だけでは困難な区全体での広域イベントの実施が可能となっている。

また、イベント実施後にもパン店舗を回ってヒアリングを行い、イベントの改善につなげている。

5. 「地域資源は何か、誰を巻き込みたいのか」を明確に

本取組の特徴は、「商店街を知ってもらうこと」を目的に取組を実施する中で、連合会と商店街、店舗と来街者の接点が広がっていった点にある。連合会主導で複数商店街を横断的につなぐ体制を構築し、消費者参加型という明確な特徴を持たせた点が成功要因である。

また、パン店舗に光が当たりすぎると、他業種との摩擦が生じる可能性がある。そこで、「肉フェスタ」など他分野のイベントも実施することで、特定業種に偏ることなく商店街全体が納得しやすい仕組みとしている。「自分たちの地域資源は何か」「誰を巻き込みたいのか」を整理したうえで、柔軟なイベントを企画・実施することが重要である。

6. 商店街は「幸せをつくる場所」である

今後は、パン店舗が減少している現状を踏まえ、パンに限らないスイーツなどへの対象拡大や、参加店舗条件の緩和も検討している。店舗数が減少する中でも、取組を維持しつつ柔軟に発展させていく考えである。また、商店街連合会としては、葛飾区発祥のマンガとのコラボレーションやスタンプラリーを通じた回遊性向上、インバウンド誘致といった他の取組もあわせて検討を進めていく予定である。

担当者は「商店街は物を売るだけではなく、幸せをつくる場所。来街者の顔を見て話をし、笑い合う豊かさが重要である」と語る。また、「地域の店（商店街）は人間の原風景になるため、元気でいなければならない」とも話した。

人と人が顔を合わせ、記憶に残る体験を生み出すことこそが、この取組が目指す「つながる」商店街の姿である。

昭和レトロをテーマに展開する、青梅エリア4商店街と地域団体の連携型アートイベント

～ 青梅宿アートフェスティバル ～

協同組合東栄会、西分町大通り振興会、住江町商店会、青梅本町商店会





商店街情報		
所在地	東京都青梅市勝沼3-78 KTホール2階	
お問合せ	omejuku.fes@gmail.com	
交通アクセス	JR中央線　青梅駅より徒歩1分	
URL	https://omegocoti.com/omejuku-artfestival2025/	

1. 4商店街が共同で主催する、青梅宿をつなぐ秋のイベント

「青梅宿アートフェスティバル」は、青梅街道沿いに連なる協同組合東栄会、西分町大通り振興会、住江町商店会、青梅本町商店会の4商店街が連携して開催する、青梅宿の秋の恒例イベントである。毎年11月の第3土曜日と日曜日に開催され、令和7年で34回目を迎えた。

現在は、協同組合東栄会が先頭に立ち、各商店街の代表者約6名で構成される「執行部」と、各コンテンツの責任者約16名が参加する「実行委員会」により運営されている。執行部がイベント全体の方針を定め、実行委員会は情報共有や意見交換の場として位置付けられている。

また、協同組合東栄会の事務局機能の一部を担うNPO法人が、運営補助や当日のサポート、ボランティア調整などを担当しており、商店街・NPO法人・市民ボランティアが役割分担しながらイベントを支えている点も特徴である。



▶イベントのチラシ

2. 昭和レトロを引き継ぎ、次の青梅らしさをつくる試み

本イベントは、江戸時代に青梅街道沿いで発展した宿場町「青梅宿」をテーマに、約30年前から開催されてきた。約15年前には、当時青梅に拠点を置いていた大学の美術系学部の教授や学生が参加するようになり、アート作品を街中に点在させる取組へと発展し、「青梅宿アートフェスティバル」の名称が定着した。

当初は毎年異なるテーマを掲げていたが、近年は「昭和レトロ」を共通テーマとしている。これは、かつて駅前に掲げられていた映画看板に見られるように、昭和期の映画文化が地域の特色として広く認識されてきたことを踏まえたものである。一方、映画看板の撤去により新たな地域イメージの発信が課題となる中、養蚕業が盛んであった時代にネズミから蚕を守る存在として猫が重宝されてきたという地域の成り立ちに着目し、市の事業と連動した取組が進められている。



▶神社を舞台にした着物リメイクドレスファッションショー

アートフェスティバルのチラシにも「西の猫町」の文字や猫のイラストが用いられ、新たな地域イメージを打ち出す存在として位置付けられている。

このように、昭和レトロの魅力を受け継ぎながら、新たな地域の姿を示す取組があわせて展開されている。



▶猫の町を題材としたチラシ

3. 商店街が中心となって、人と活動が集まる仕組み

イベント期間中は、商店街内外の店舗や施設、神社、駅舎、歴史的建築物などを会場に、「アート」、「音楽ライブ」、着付け体験などの「昭和レトロ体験企画」、街めぐりガイドツアーなどの「青梅宿の文化・歴史を感じる企画」といった、大きく4つのカテゴリーで多様なコンテンツが展開される。

また、地域団体や市民が独自の企画を提案する「持ち込み企画」を積極的に受け入れている点も特徴的で、クラシックカーの展示や骨董市が実現した。協同組合東栄会を中心とした執行部が、企画責任者や内容を事前に確認し、「商店街振興につながるか」という視点を鑑みて受け入れている。

こうした積み重ねにより、「イベントで何かやってみたい」「青梅宿で表現したい」という声が自然と集まり、商店街が人・活動・場所をつなぐ中心として機能するようになっている。





▶人力車体験も人気コンテンツのひとつ（左）
青梅宿の歴史を和太鼓や歌、ダンスのステージ（右）

4. 商店街区内の店舗をマップ化し、魅力を再認識

第32回の開催時、駅前再開発の影響により従来の担い手による運営が難しい状況となり、新たな担い手が必要となった。協同組合東栄会が事業の中心的な役割を担うこととなったが、十分な引き継ぎ資料はなく、手探りでのスタートだった。

最初に着手したのが、商店街区内の店舗の情報を整理する取組である。青梅宿の商店街は、店舗が点在しているため、来街者にとって商店街全体の店舗構成が把握しにくい。また、協同組合東栄会としても、エリア内にどのような店舗があるのかを十分に把握できていなかった。

そこで、東京都外の商店街への視察を通じて、地域の商業資源を可視化することが重要であると考え、商店会加入・非加入を問わず、4商店街に位置する合計137店舗をマップ化した。これは来街者向けの案内にとどまらず、地域の魅力を再認識するきっかけとなった。また、商店街自身が地域の商業資源を再確認し、新たな事業展開の検討に向けた基礎資料としても活用されている。毎年内容を更新し、イベントのチラシに掲載している。



▶商店街マップ

5. 役割分担と意思決定で支える持続的なイベント運営

協同組合東栄会では、限られた運営スタッフの人員や、坂道が多く駐車場も限られるという地形上の制約といった現実的な条件を前提に、イベントを継続するための運営体制づくりを重視してきた。

その一つが、商店街がすべてを抱え込むのではなく、NPO法人や地域団体と役割を分担しながら進める運営のあり方である。また、従来は実行委員会においてすべての事項を決定していたが、意見が多岐にわたり、意思決定が困難となる場面も見られた。そのため、執行部が方針を定めるトップダウン型の意思決定へと転換した。執行部が方向性を明確に示すことで、実行委員会や地域団体との認識が揃い、運営が円滑化された。

地形上の制約に対しては、市役所駐車場を活用したシャトルバスの運行や人力車の導入など、来街者が負担なく回遊できるように工夫を重ねてきた。

6. イベントをきっかけに、商店街に再訪してもらえるように

イベントには約2万人が訪れて、市外・都外からの来街者も多い。一方で、イベント当日の売上が店舗の売上に直結しにくいという課題もある。「イベントは目的ではなく、商店街を知ってもらう入口」と位置付け、今後は謎解き企画やアート展示など通年のイベント開催も視野に入れながら、商店街への再訪の機会を増やしていきたいと考えている。

駅前の再開発が進む中で、昭和レトロという「青梅宿」のイメージとのギャップを埋め、どのように融合していくかが今後のテーマである。4商店街の連携とともに、これまで築いてきた地域団体や市民とのつながりを大切にして、商店街発の青梅らしい風景を育てていく取組が続いていく。

商店街・町会・NPO法人が連携して開催した子ども向け体験・回遊型イベント

～けやき通りクエスト～

けやきのまち振興会





商	店	街
情	報	

所在地　小金井市本町2-9-11

交通アクセス　中央線　武蔵小金井駅より徒歩5分

お問合せ　042-384-7069

URL　https://keyaki.info/

1. 住宅地にある商店街として多様な業種へ会員を拡大

けやきのまち振興会は、JR中央線武蔵小金井駅から徒歩5分ほど、グリーンの街灯が並ぶけやき通りを中心としたエリアで構成され、住宅地の間に位置する生活密着型の商店街である。

昭和63年頃に設立された当商店街は、当初会員数は40以上であったが、約10年前には会員数が30を下回るまで減少した。そのような状況下で会長に就任した益田氏は、飲食・物販店舗に限らずに積極的に商店街への加入を声掛けた。その結果、工務店、保育園、介護事業所、医療機関など、店舗を持たない事業者も加入し、会員数は約50まで増加した。



▶住宅地に位置するけやきのまち振興会

2. 住民アンケートから商店街への期待を明確化

これまで商店街では、さまざまなイベントを実施してきたが、開催当日は賑わっても、日常的な変化につながりにくいという課題意識があったという。住宅地にある商店街として、地域住民が必要としていることを実施したい。そうした思いをもとに実施したのが、住民へのアンケート調査だった。

国が実施した「平成28年度地域・まちなか商業活性化支援事業費補助金（地域商業自立促進事業）」を活用して、来街者約500～600人へ「商店街に期待する役割」について聞き取りアンケートを行った。その結果、「買い物環境の充実」、「居場所づくり」、「高齢者の見守り」、「子育て支援」、「防災・防犯」を期待する声が多く寄せられた。

この中でも特に福祉の要素を切り口に商店街活動を実施することに決め、けやきのまち振興会と福祉支援事業者や子育て・教育関係の事業者などが「暮らし」をテーマに連携・協働するネットワーク「みんなの安心・ささえ愛ネットワーク」を立ち上げた。現在は約20人規模のメンバーが理念を共有しながら、月1回の定例の話し合いを通じて地域の困りごとやニーズを継続的に共有している。すでにこのような連携体制の基盤が整っていたことから、町会やNPO法人と連携した「けやき通りクエスト」の実施につながった。

3. まち全体を使った「体験」としてのイベント設計

「けやき通りクエスト」は、商店街エリア全体を舞台とした子ども向けの体験型イベントである。ゲームの世界観を反映したマップを手に、子どもたちが地域を回遊しながらミッションをクリアしていく仕組みだ。こうすることで、単なる来場型イベントではなく、「まちを歩き、人と人が関わる体験」としてのイベント設計を行っている。





▶「けやき通りクエスト」では6つのミッションに挑戦する

ミッションをクリアするためには、商店街の店舗に加え、農園、幼稚園、介護事業所などに訪れる必要があり、商店街店主や農園関係者、幼稚園・介護事業所の職員と子どもたちのコミュニケーションが生まれるような仕掛けとした。また、期間中には町会の防災訓練や清掃活動もミッションに組み込み、地域活動への参加につながる工夫を行った。

さらに、実際にまちで働く人をキャラクター化したトレーディングカードを制作・配布したことで、イベント終了後も子どもたちから声をかけられるなど、日常的な関係性づくりに活かされているという。

2週間のイベント最終日に開催された「けやきカーニバル」と重なり、延べ約3,000人の来街があった。

4. 手間がかかる取組だからこそ丁寧な説明と調整を重ねる

このイベントは、商店会会員や連携先にとって一定の手間が生じる内容であり、企画段階では不安や慎重な意見も出ていた。営業時間中に子どもの来店に対応することへの負担感や、通常業務との両立を懸念する声もあったという。

こうした状況に対し、商店会長自らが事前に一軒ずつ説明に出向き、取組の趣旨を共有したうえで、無理のない範囲での協力を依頼した。実際にイベントが始まり、子どもや保護者がまちを回遊する様子が見えるようになると、当初消極的だった会員も徐々に協力的な姿勢に変わっていったという。

一方で、準備期間が約1年半に及んだことや、中心人物への負担集中は、今後に向けた課題である。

5. イベントにかかる「手間」を新たな「つながり」の足掛かりへ

本イベントでは、日頃の活動を通じ築いてきた「つながり」を活かして、町会やNPO法人等との連携も実現した。商店会長自身が立ち上げ、継続的に取り組んできた「みんなの安心・ささえ愛ネットワーク」があったからこそ、円滑に連携ができたという。

また、あえて商店街会員にとって一定の手間や負担が生じる内容とすることで、イベントが「通過点」ではなく、取り組みに携わった人の記憶に残り、つながりが深まるきっかけになるよう工夫した。

このイベントを終え、町会への新規加入を希望する世帯が2組現れるなど、地域全体への波及効果も見られた。「次にまたイベントをやるなら、トレーディングカードに登場させてほしい」といった声も寄せられるなど、商店会会員からの前向きな反応も実感している。

6. これまでの経験を踏まえ取り組み内容を進化

今後は、同じ内容を繰り返すのではなく、これまでの経験を踏まえ、地域に求められるイベントにする考えである。

特に、中心となる人物への負担が大きくなりがちな点については、役割分担や関与の範囲を整理することが必要だと考えている。一方で、このイベントを通じて生まれた商店街と地域住民との関係性や来街者の増加など、商店街が地域活動と自然につながる経験は、今後の活動の基盤になる。

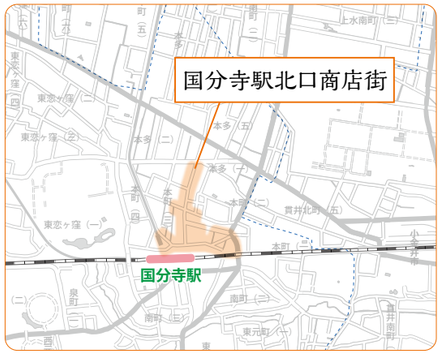
暮らし全体を支える商店街として、異業種や他団体との連携をさらに広げていく。あわせて、日常的に積み重ねられる活動を継続し、その取組を次の世代へ引き継いでいくことを目指している。

子どもが楽しめる商店街を目指して。商店街と地域団体が一緒につくるハロウィンイベント

～ぶんじハロウィン～

国分寺駅北口商店街





商店街情報		
所在地	東京都国分寺市本町2-33-6	
お問合せ	042-325-1122	
交通アクセス	JR中央線　国分寺駅より徒歩3分	
URL	https://bunjihalloween.com/	

1. 駅前商店街が中心となって取り組む、ハロウィンイベント

JR中央線・西武線が乗り入れる国分寺駅の北口ロータリー周辺に広がる国分寺駅北口商店街は、令和2年に5つの商店街が合併して誕生した商店街である。同商店街では駅前エリアを会場に、子どもから大人まで参加できるハロウィンイベント「ぶんじハロウィン」を実施している。平成26年に第1回を開催し、コロナ禍による中断期間を挟みながら、令和7年で9回目の開催を迎えた。毎年約3,000人が参加しており、地域に根差した恒例イベントとなっている。

主催のぶんじハロウィン実行委員会には、国分寺駅北口商店街、北口駅前通り交通安全まちづくり協議会、東京経済大学の学生ボランティアが参画しており、役割分担をしながら準備を進めている。

イベント当日は、商店街関係者、出店者、学生ボランティアなどを含め、約100名規模の体制で運営されている。



▶イベントのチラシ

2. 子どもを主役に、商店街から始まった挑戦

「ぶんじハロウィン」を企画したのは、国分寺駅北口商店街で飲食店を営む善村氏（現商店街副会長）。再開発やマンション建設により子育て世帯・小学生が増えている一方、「駅前でありながら、子どもが立ち寄る機会が少ない」「商店街活動が大人中心になっている」という課題意識を抱いていた。

こうした課題を背景に、「子どもが楽しめるイベントを商店街でつくりたい」という思いから、同商店街会長の新井氏とともに、試行的にハロウィンイベントを企画したことが出発点である。また、商店街が主体となって実施する以上、単なるにぎわいづくりにとどまらず、来街者が店舗を回遊し、商店街全体に経済的な効果が波及する仕組みとすることも意識しながら、企画内容の検討を行った。

さらに、当時は国分寺駅周辺の再開発計画が進んでおり、商店街の将来的な道路空間の活用のあり方を検討する必要があった。そこで、歩行者天国を実施し、来街者の回遊や滞留状況を検証する社会実験を行うこととなり、その機会に合わせて第1回の「ぶんじハロウィン」を開催した。



▶歩行者天国でイベントを実施

3. 携わる人を増やしながら段階的に連携体制を築く

イベントの主な企画は、子ども向けの「お菓子スタンプラリー」や仮装コンテストであり、近年はサンバパレードやステージ企画、学生によるワークショップなど、多様な企画が加わっている。その中でも、「お菓子スタンプラリー」はWebでチケットを販売すると発売から数日で売り切れてしまうほど人気の企画である。チケットを購入した子どもたちが商店街の店舗を巡り、お菓子を受け取る仕組みで、商店街と子どもたちのつながりづくりのきっかけとなっている。





▶「お菓子スタンプラリー」の様子（左）
ワークショップの様子（右）

「ぶんじハロウィン」は、令和7年で9回目を迎え、国分寺駅北口商店街を代表するイベントとして定着しつつある。その背景には、最初から完成形や明確な数値目標を設けず、「まずはやってみる」という姿勢で取組を始めたことがある。企画当初は大規模な目標を掲げるのではなく、実施を重ねながら内容や規模を調整し、無理のない形で発展させてきた。

また、関わる人を一度に増やすのではなく、段階的に広げてきたことも特徴である。最初は商店街内の若手商店主10人程度を中心とした運営体制であったが、商店街合併の検討を通じて関係のあった東京経済大学の教員とのつながりから、学生が参画するようになった。

さらに、再開発や道路環境整備に関わる地元事業者等で構成された北口駅前通り交通安全まちづくり協議会を通じて、行政や交通事業者等との協力体制が構築された。その結果、イベント実施が地域活動や駅前道路の通行止めによる歩行者空間化の社会実験の一環として賛同を得たことが、継続的な開催につながっている。





▶仮装コンテストの様子（左）
仮装パレードの様子（右）

4. 交通・騒音課題を越えた対話と信頼の積み重ね

イベント運営で特に苦労したのは、歩行者天国の実施に伴う交通事業者等との交通調整である。バス会社やタクシー会社から理解を得るまでには時間を要したが、北口駅前通り交通安全まちづくり協議会が中心となり、事前説明や調整を丁寧に重ねることで合意形成を図ってきた。

また、サンバパレードなど音を伴う企画は、開催当初に近隣住民からクレームが寄せられた経験がある。そのため現在では、事前のポスティングによるイベント周知や、当日の対応体制の強化を行うことで、トラブルの未然防止に努めている。

本イベントは子どもを向けのイベントであるため、子どもたちが安心して参加できる体制と雰囲気づくりを意識している。

5. できることを持ち寄り、みんなでつくるイベント

「ぶんじハロウィン」は、イベントの企画・運営を外部業者に委ねるのではなく、商店街を中心とした関係者に関わってもらうことで、地域に密着した運営体制が築かれてきた。

現在、2代目実行委員長の勅使河原氏は、人脈を生かして出店者を増やし、音楽ステージや「世界の名車フェスティバル」などを企画している。初代の実行委員長の善村氏は、「実行委員長が替わったことで来場者層も広がり、新しい風が吹いた」と手ごたえを感じている。

また、大学や地域団体など、商店街以外の主体と役割を分けて連携することで、担い手不足を補うことができた点も大きい。商店街が主導しながら、「できることをできる人が担う」関係づくりを進めてきたことが、継続につながっている。

6. 持続可能な運営体制でイベントを育て、発展させる

今後は、さらなる規模拡大よりも、無理なく継続できる体制づくりを重視していく方針である。実行委員長への負担軽減を図りながら、次世代へ引き継げる運営体制の構築を進めている。

また、近隣の商店街でもハロウィンイベントが行われていることから、将来的には連携し、「国分寺全体のハロウィン」へと発展させる構想も検討している。

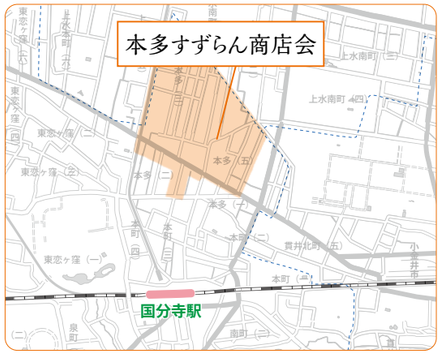
「ぶんじハロウィン」は、商店街を起点に、学生、地域団体、地域住民をつなぐ中心的存在として、今後も地域に関わる人々の記憶に残る取組として進化していく。

地域の伝統ある場と連携し、無理なく続ける40年以上続く春の恒例行事

～ぶんじ花まつり～

本多すずらん商店会





商店街情報		
所在地	東京都国分寺市本多5-12-5	
お問合せ	042-321-0535	
交通アクセス	中央線線・西武線　国分寺駅より徒歩12分	
URL	https://honda-suzuran.info/	

1. 40年以上にわたって続く春の恒例行事

本多すずらん商店会は、昭和41年頃に地域内の街路照明が不足していたことを背景に、町会が街路灯としてすずらん灯を設置する運動を始め、それを契機に設立された。

商店街活動の開始当初は、祥應寺の行事である「花まつり」に参加し、小規模な催しを実施していた。「ぶんじ花まつり」は、祥應寺を舞台に毎年4月に開催される春の恒例行事であり、40年以上にわたって継続されている。年を重ねるごとに内容や規模が変化し、名称も「ぶんじ花まつり」に変わり、毎年約3,000人の来場者が訪れるイベントへと発展した。

現在では、祥應寺の協力のもと、商店街が運営に深く関わりお茶席や花まつり抽選会、マジックショー、模擬店・キッチンカーなど、多彩な企画を実施している。



▶ぶんじ花まつり当日の外観

2. 地域と地続きで続いてきた行事を、絶やさないために

国分寺駅の再開発により駅前には大型店舗ができ、人の流れが変化している。そうした状況の中にあっても、商店街は地域の行事を地域で支える姿勢を貫き、存在感を保ってきた。

「盛り上げるため」というより、地域に根付いた行事を続けていくこと自体を目的としている。世代交代や生活様式の変化が進む中でも、やめるわけにはいかないという使命感こそ、長年の継続を支えているのである。本多すずらん商店会は「地域に開かれた場」をつくることで、地域のにぎわいと人のつながりを守ることを目指している。



▶イベント当日、和太鼓のステージを鑑賞する観客

3. 完璧を目指さず、続けることを大切にする

このイベントの最大の成功要因は、40年以上にわたり「継続」を最優先にしてきた点にある。時代や担い手の変化に応じて内容は少しずつ調整し、できることを重ねながら取り組んできた。企画は必ずしも戦略的に設計されたものではなく、「できそうなこと」「声をかけ合える相手」を軸に広がってきた。寺院、町会、福祉協議会、消防、大学生など、日常的なつながりを基盤にした連携が、継続性と柔軟性を支えている。

広報には商店街沿いに設置されているフラッグをイベント用に替えるほか、掲示板へのポスター掲示、市報への掲載等を活用している。また、フラッグの付け替えを商店街の会員が自ら行うことで、イベントへの参加意欲を促している。



▶すずらん灯とフラッグ

4. 規模が拡大する中、あえて縮小する判断

来場者が3,000人規模にまで増えた現在、最大の課題は「大きくなりすぎたこと」であると運営メンバーは話す。店舗が多く、限られた人手で準備・運営を担う中、実行委員長や一部のメンバーに負担が集中しやすい状況が続いてきた。安全管理や補助金事務、会議調整など、イベント以外の業務も増えていた。

こうした課題に対し、イベントの実行委員会を設置し、役割分担を明確にした体制としている。LINEによる情報共有など運営面の工夫を進めるとともに、近年は「あえて規模を縮小する」方向へ舵を切ることも考え始めているという。来場者の満足度を維持しながら、担い手が無理なく続けられる形を模索している。



▶商店街会員が主体的に運営に参画

5. 継続の秘訣は、背伸びをしすぎないこと

本イベントは、最初から完成度や成果を求めすぎず、できる範囲で進めてきた。イベントは規模を拡大すればするほど主催者の負担も増える。無理のない規模から始め、関係者が「続けられる」と感じられる形を保つことが、結果として長期的な価値につながると考えている。

一方で、イベント運営に携わる店舗にとって、自店の売上や来店につながっている実感が持ちにくいことが課題だという。地域交流という意義は共有できても、具体的な成果が見えなければ継続的な協力を得にくい。そこで今後は、来場者の利用実態や消費行動を把握するなど、効果を“見える化”する取組を検討している。商店街単独では難しい分析や調査については、外部支援の活用も視野に入れている。



▶イベントには多くの家族連れが参加



▶イベント当日、学生のサークル等による音楽の演奏も実施される

6. 持続可能な形で次の世代につなげる

今後は拡大を目指すのではなく、デジタル活用による事務作業の軽減や、外部による調査・分析を取り入れ、担い手が替わっても継続できる体制づくりを検討している。

検討内容については、商店会単独で抱え込むのではなく、行政や外部専門家の力を借りながら、無理のない形で取り組んでいくことが望ましいと考えている。

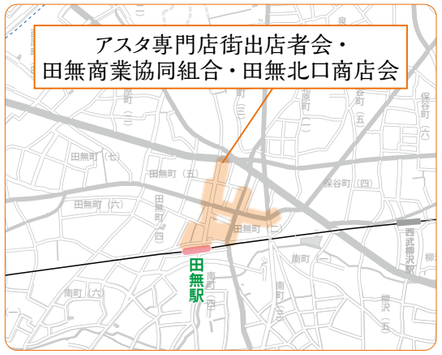
約半世紀にわたり受け継がれてきた行事を、次の世代へ無理なくつないでいくこと。その積み重ねこそが、本多すずらん商店会にとっての「つながり」をデザインする取組であり、これからも地域とともに歩み続けていく。

周辺商店街が連携し、一体のエリアとしての魅力を発信する「商店街活性化マップ」

～田無駅周辺地域活性化マップ作成～

アスタ専門店街出店者会、田無商業協同組合、田無北口商店会





商店街情報		
所在地	東京都西東京市田無町2-1-1	
お問合せ	042-460-2007	
交通アクセス	西武新宿線　田無駅北口より徒歩1分	
URL	https://asta.co.jp/update/tanashi-map.pdf https://www.asta.co.jp/update/tanashimap2025.pdf （商店街活性化マップURL）	

1. 地域全体を一冊で伝える「商店街活性化マップ」

アスタ専門店街出店者会、田無商業協同組合、田無北口商店会の3商店街は、田無駅周辺を一体のエリアとして捉え、その魅力を発信するため、「商店街活性化マップ」の作成に共同で取り組んだ。

アスタ専門店街出店者会は、田無駅北口に隣接する商業施設「ASTA」に出店する84店舗で構成され、田無駅周辺の集客拠点としての役割を担っている。一方、田無商業協同組合および田無北口商店会は、駅周辺の通り沿いに広がる店舗を中心とした商店街であり、地域に根づいた商業活動を続けてきた。

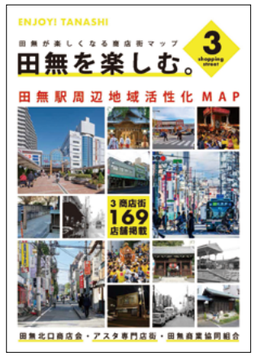
令和5年11月に3商店街が連携して第1弾となる商店街活性化マップを制作・発行し、約3万部を配布した。令和7年11月には大栄商店街・橋場商店会を加え5商店街が連携して第2弾を発行。この商店街活性化マップでは、店舗紹介のほか、田無の歴史や地域資源、まちの背景を丁寧に紹介している点が特徴である。

2. 町おこしの気運と大型競合スーパー出店への危機感

3商店街が連携した背景には、田無駅周辺を取り巻く環境変化に対する共通の課題意識があった。平成7年に開業した「ASTA」は、駅前再開発の中核として整備された。

「今日」より「明日」がもっと素晴らしい街、田無。そんな願いから名付けられた「ASTA」は、田無駅北口再開発事業により、平成7年3月にオープンした。その後30年間「ASTA」と中心とした駅前再開発を契機に期待されていた民間による周辺地域の再開発は思うように進まなかった。また、駅周辺や近隣エリアでは大型競合スーパーの出店が相次ぎ、個々の商店街だけでは集客対策や販売促進策を講じることが難しい状況となっていた。

人口は増加している一方で、新たに流入した住民の多くが地域との接点を持ちにくく、まちの歴史や魅力が共有されにくいという課題も、3商店街共通の認識であった。





▶商店街活性化マップ
第1弾（令和5年・左）、第2弾（令和7年・右）

こうした状況を受け、商店街ごとではなく、田無駅周辺全体を一体として捉え、地域への愛着を育む取組が必要であるとの考えに至り、その取組のひとつとして商店街が連携し活性化マップ作成を進めることとした。マップの作成を進める中で出てきた地域課題があり、それらを共有し、意見交換を行う場として3商店街が中心となり「田無駅周辺まちづくり未来会議」を立ち上げた。商店街活性化マップの作成は、その議論の出発点として位置づけられ、住民や来街者が田無のまちを知り、愛着を持ちながら語り合うきっかけとなった。



▶田無駅の歴史を紹介するページ

3. 時間をかけて着実に地域への誇りを育てる取組

商店街活性化マップの制作にあたっては、地域の駄菓子屋を拠点に活動するデザイナーなど、地元で活動する専門人材と連携している。また、アニメ『あたしンち』の舞台として田無駅周辺が登場することから、作品と連携した表紙や誌面構成も取り入れ、手に取って読みたくなる冊子づくりを意識した。商店街活性化マップの掲載内容は、単なる情報提供にとどまらず、読み物としても楽しめる構成になっており、地域への愛着や回遊を促す内容となっている。

商店街活性化マップの発行は、来街者数や売上といった成果がすぐに表れる取組ではないが、商店街活性化マップに掲載した地域の歴史や昔の写真に対し、住民から「懐かしい」「手元に残しておきたい」「地域を知るきっかけになった」といった声が寄せられ、住民に愛着を持ってもらう機会となった。

また、地域の小中学校から要望があり、地域の歴史教材として学校や図書館で活用されるなど、商店街の取組が教育分野にも広がった。短期的な集客効果のみを目的とするのではなく、時間をかけて地域への誇りや愛着を育てていく視点を育む契機となった。

4. 負担に配慮し、対話で進める取組のあり方

商店街活性化マップづくりで最も苦労したのは、各商店街の店舗が負担する製作費だった。制作費の3分の2は、市の商店街活性化推進事業補助金を活用したものの、各商店街の経営状況は一様ではなく、各商店街の自己負担分の拠出について慎重な意見も見られた。

そこで、アスタ専門店街出店者会が中心となって、商店街の店舗に対して事業の意義や効果を丁寧に説明し、納得感を高めながら推進してきた。また、町おこしの気運と、大型競合スーパー出店への危機感を共有し、「地域全体で取り組む」という姿勢で対話を続けた。持続可能な規模と進め方を意識し、合意の積み重ねが、取組の継続につながった。

5. 身近な連携から始めることが地域らしさを生み出す

イベントや集客対策に比べ、商店街活性化マップ作成は比較的取り組みやすく、地域資源を再発見する契機にもなりやすい。マップ作成を通じて商店街や地域内の事業者と情報共有をした結果、青年会議所と連携したアニメ『あたしンち』デザインマンホール設置や神社や寺院と連携したイベントの実施など、マップをきっかけに多様な主体との連携が広がっている。

また、外部の専門家に依頼するのではなく、地元のデザイナーなどと連携することで地域らしさが生まれ、取組への参加意識も高まりやすい。商店街単独で完結させず、地域の学校や図書館など、地域全体を取り入れる視点を持つことが地域への理解や関わりを深めている。

6. 商店街活性化マップを起点に広がる、次の連携のかたち

現在、田無駅周辺では北口側を中心に商店街同士のつながりが徐々に広がりつつある。一方で、南口側には現時点で商店街組織が存在していないため、南北一体での連携は十分に進んでいない状況にある。南口側では再開発が進行しており、駅周辺の将来的なあり方を見据えながら、南北を一体の「駅前商店街エリア」として捉え、駅前全体で連携していく構想が共有され始めている。さらには、近隣駅周辺商店街との協力も視野に入れ、エリアを越えて面的に広がる連携の可能性についても模索が進められている。

商店街間のつながりに加え、地域の歴史を未来へと継承していくことも、商店街活動の重要な役割の一つであると捉えており、その取組の一環として、第3弾となる商店街活性化マップの作成も検討している。

登録番号
７（５１）

商店街活性化事例集
～『つながる』をデザインする商店街～

令和８年３月発行

発行　東京都産業労働局商工部地域産業振興課
東京都新宿区西新宿二丁目８番１号
電話 ０３（５３２０）４７８７（直通）

調査実施　株式会社NTTデータ経営研究所
東京都千代田区平河町２－７－９
JA共済ビル９階・１０階
電話 ０３（３２２１）７０１１（代表）