

# 未来を創る 商店街支援事業

取組事例集



東京都産業労働局



## はじめに

商店街は、買い物だけでなく、地域の暮らしやコミュニティを支える重要な存在です。昔から人々が集い、交流し、生活を豊かにする場として親しまれてきました。しかし近年、ネット販売の拡大や、後継者不足、コロナ禍によるライフスタイルの変化など、商店街を取り巻く環境は大きく変化しています。こうした状況に対応し、商店街が持続的に発展するには、新たな工夫や挑戦が不可欠です。

東京都は、時代の変化に対応した新しい商店街づくりを支援するため、令和4年度から「未来を創る商店街支援事業」を開始しました。この事業は、自らの強みや地域資源を活かし、将来に向けたビジョンを描く商店街を、専門家やアドバイザーが計画づくりから実行まで伴走しながら支援するものです。3年間継続的にフォローアップを行うことで、商店街の新たな価値創造や課題解決を後押しします。

本事例集では、令和4年度に採択された5つの商店街の取組を紹介しています。各商店街が描く未来像や、事業を進める上での困難とその乗り越え方、3年間の成果や地域への波及効果などをまとめました。商店街の挑戦は、地域や関係者の協力によって実現したものであり、多くの知恵や熱意が込められています。

この事例集が、商店街関係者の皆さまにとって、次の一步を踏み出すためのヒントや勇気となれば幸いです。地域に愛される商店街を、関係者全員で育てていくために、本事例集をぜひご活用ください。



## 取組事例

case  
**01** ▶ 蒲田西口商店街振興組合 …………… 4

case  
**02** ▶ 桜新町商店街振興組合 …………… 6

case  
**03** ▶ 用賀商店街振興組合 …………… 8

case  
**04** ▶ 巣鴨地蔵通り商店街振興組合 …………… 10

case  
**05** ▶ ハッピーロード大山商店街振興組合 …… 12

# 蒲田西口商店街振興組合

## スタートアップとの共創：“選ばれる商店街”へ



### 蒲田西口商店街

加盟店舗数 約150店舗(2025年現在)  
 所在地 大田区西蒲田7-65-11  
 問合せ先 TEL.03-3733-4951  
 H P <https://www.24kamata.or.jp/>

### 共創で描く商店街の未来

JR・東急蒲田駅前に広がる蒲田西口商店街は、約150の多様な店舗が集まり、駅に隣接する抜群の立地と人通りの多さが魅力の都内有数の大規模商店街である。一方で、来街者が「通過するだけ」になってしまう状況や、組合員の高齢化・後継者不足、空き店舗の増加など、時代の変化に伴う課題も表面化していた。

そうした現状をどうにか解決したいとずっと考えていた時、本事業を知り、その答えが見出せたらと、手を挙げた。そして、“新しい連携と共創による地域コミュニティの構築とトータルソリューションのショールーム化”をテーマに掲げ、今の時代に合った商店街の形を創り出す実証が始まった。



蒲田西口商店街振興組合  
理事長  
森田 充浩氏



蒲田西口商店街振興組合  
理事  
小澤 政志氏



蒲田西口商店街振興組合  
理事  
金塚 佑太氏

### “選ばれる商店街”への第一歩

「2階、3階に目を向けてみたら、結構空いているんですよ。昔は商店街で衣食住が揃っていて、購買消費も商店街の中で回っていたんですけどね」と森田理事長は語る。今は“通るだけ”で購買に結びつかない状況が続き、後継者不足による継続性の不安も大きかった。また「蒲田西口商店街といえばこれ、というものが無い」と感じており、独自の魅力づくりやキラコン不足も課題だった。さらに情報発信が弱く、地域に十分届かないことから商店街の必要性が薄れている実感もあった。

こうした課題から、商店街のブランド確立、新規顧客層とのコミュニティづくり、地域住民への情報発信力向上を三本柱とした施策を展開。店舗の魅力が高まり、来街者が増え、購買消費が循環する仕組みを整えることを目指した。

### スタートアップとの共創が生み出す新価値

本事業で大きな軸となったのが「スタートアップとの共創」である。協業先は公募によって募集、31社の応募の中から5社を選定し、施策を展開していった。

まず、組合員店舗のPR力向上や認知拡大につなげるため、デジタルマーケティング専門のスタートアップ企業と協業。SEO対策、Instagramの活用支援、インバウンド需要や新規顧客対策の3つの軸でデジタルマーケティング支援を実施し、店舗の情報発信力やオンライン上での存在感を高める取組を行った。

次に、ファミリー層との新しい接点づくりとして「カルチャースクール」を実施。商店街内の空き区画や店舗スペースを活用し、地域

	R4年度	R5年度	R6年度
課題	①後継者不足と空き家の解消 ②キラコンコンテンツ創出 ④情報発信不足の解消	②キラコンコンテンツ創出 ③充実・安心した暮らしの提供	②キラコンコンテンツ創出 ③充実・安心の暮らしの提供 (特にファミリー層への訴求大) ④情報発信不足の解消
タイプ	A	B	C
テーマ	既存店舗の質とオリジナル性向上	地域住民のQOL(生活の質)向上	地域情報発信の場としての商店街の存在
実証	A社 B社 C社	発掘と育成 (計画策定) D社	E社

事業計画と協業先の選定

クリエイターを講師に招いて年4回のワークショップを開催。子育て世帯との関係性が生まれ、商店街に新たな来街動機とコンテンツの可能性が芽生えた。

さらに、地域住民に向けた情報発信強化として、駅前に大型ビジョン「サンライズアーケードビジョン」を設置。商店街の取組や地域情報、天気や学校・自治体の案内を放映し、商店街の顔としての存在感を高めた。「街が明るくなった」「新たな魅力が増えた」といった声も寄せられ、災害時の緊急情報伝達にも対応するなど、地域に安心感をもたらす設備となった。

## ロードマップ

1年目 [令和4年度]

2年目 [令和5年度]

3年目 [令和6年度]

実証型インキュベーションプログラム事業	調査	プログラム開発・構築・運営 事業全体監査・アドバイス PR・広報/事務運営	プログラム修正・サポート 監査・自走アドバイス PR・広報/事務運営
カルチャースクール	調査	仕様検討	実行/メンタリング・分析・評価
大型ビジョン設置	調査	仕様検討	実行/メンタリング・分析・評価

## 挑戦が導いた商店街の成長

本事業で特に難しかったのは、協業先をどこにするかという点だった。「やっぱりそこが一番悩みましたね」と小澤理事は振り返る。多くの応募があり「商店街って面白いと思ってくれる人が多かった」と手応えを感じつつ、もっと広く募集しても良かったとも考えていた。「書類で絞り、オンラインで絞り、最後は対面で決めました」というように決定までの工数も多かった一方、丁寧に進めたプロセス自体は大きな経験となったという。

また、「本当にこれでいいのかを確認する時間が足りなかった」と感じる場面もあったが、カルチャースクールや駅前ビジョンの成果は確実に形となっていった。特に駅前ビジョンは「すごく評判が良い」と金塚理事が語る。伴走支援アドバイザーについては「外部とのやりとり時に、複雑な内容を分かりやすく咀嚼し整理してくれて助かった」と森田理事長は話した。



駅前に設置された大型ビジョン「サンライズアーケードビジョン」

## 今後の展望

## 商店街の挑戦、次の章へ

本事業を通じ、商店街としても新しい可能性を発見できたと3人は振り返る。小澤理事は、カルチャースクールについて「最終的には店舗や参加者が主導して動ける形が理想」と語り、今後は継続開催に向けた仕組みづくりを進めていく考えを示す。また、駅前ビジョンについても活用を継続しつつ、より広い世代に届くコンテンツ強化や、商店街の魅力を効果的に発信するための工夫、さらには収益化の可能性にも挑戦したいと話した。

一方で「若い世代や新しい商売を始める人をどう巻き込むか」は依然として大きな課題であり、将来的に増える可能性のある空き店舗をどう活用していくかも重要なテーマだと森田理事長は話す。その中でも、今回の経験で得た仕組みづくりのヒントを活用し、次の施策に向けてすでに動き出していると話した。

本事業を経て、スタートアップとの共創やカルチャースクール、駅前ビジョン設置により来街動機と情報発信が強化され、商店街の魅力が可視化された点が成果といえる。また、地域との関係性や交流の場が生まれるという効果もあった。



クリスマスカルチャースクールの様子

# advisor

| アドバイザーの声 |



服部 慶吾氏

服部ビジネスコンサルティング事務所代表  
中小企業診断士/行政書士

蒲田西口商店街に初めて関わったとき「良い意味でここは普通の商店街とは違う」と感じました。事業をメインで担当された小澤理事の発想力やスピード感は商店街のイメージの枠を超え、ワクワクしながらスタートしました。アドバイザーとして大切にしていたのは、その強い想いやビジョンを現実的なプロセスに落とし込むこと。また、事業を進める中で都度方向性を整理し、迷ったときは客観的に判断して助言する、そんな“横で支える存在”であることを意識しました。また、

各業者との打ち合わせでは、双方の意図を咀嚼して伝える“つなぎ役”としてもサポートできたと思います。3年間で駅前ビジョンの設置やカルチャースクールの開催など確実に成果は残せたと思っています。ただそれで満足するのではなく、この経験を糧に次のステップにすでに動いています。この挑戦は商店街としても画期的な取組ということもあり、今後の展開を私自身も楽しみにしています。

# case 2 桜新町商店街振興組合

## 商店街再生：街のハブづくり



### 桜新町商店街

加盟店舗数	約190店舗(2025年現在)
所在地	世田谷区桜新町1-7-6
問合せ先	TEL.03-3702-7850
H P	<a href="https://www.sakurashinmachi.net/">https://www.sakurashinmachi.net/</a>

### 商店街が中心の街になるために

世田谷区東急田園都市線・桜新町駅前に広がる商店街。昭和46年に法人化し、現在54年を迎える。「サザエさんの街」として全国的に知られ、春のさくらまつりや秋のねぶたまつりなど地域行事を通じて賑わいを生み出してきた。

一方で、地域住民との交流を重視しながらも、近年はチェーン店の増加や世代交代による活動参加者の減少などにより、商店街内外の“つながり”が希薄化。将来の商店街像の不安が高まる中、地域との関係を再構築するため、本事業に応募した。



桜新町商店街振興組合 理事  
大塚 龍史氏



桜新町商店街振興組合 理事  
吉池 拓磨氏

### “地域のハブ”としての再生に挑む

「このままでは商店街の未来が見えない」という理事たちの危機感から、事業は始まった。まず組合員へのヒアリングを行い、「街の中心であり続けたい」という共通の想いを共有した。そこで掲げたテーマが“Connect 桜新町”。オンラインとオフラインの両面から「人・情報・きっかけ」が集まる仕組みをつくり、商店街を地域のハブへと再生させることを目指した。

3年間の事業としては、①地域の交流拠点「街ステーション」の設立②情報発信の場として「デジタルサイネージ」の導入③イベント事業・広報体制の強化を実施。「地域のための商店街」という原点に立ち返り、桜新町を“地域のハブ”として再生させる挑戦が始まった。

### オンラインとオフラインの両方で仕組みづくりを

築50年の老朽化した事務所を建て替え、地域の新たな拠点「街ステーション」が誕生。1階は休憩・イベントスペース、2階は会議室、3階は事務所、地下は防災倉庫。「街の休憩所のような場所にしたい」と大塚理事は語る。オープン後は、地域団体の会議や習字教室など多様な使われ方をするほか、学生やサラリーマン、親子連れ、高齢者まで幅広い世代が訪れ、「毎日誰かがいる状態です」と吉池理事は語る。

デジタルサイネージについては、「商店街が“情報を発信できる場所”になることが大事でした」と吉池理事。事務所前など3カ所

にデジタルサイネージを設置し、行政やNPO、地元団体など、これまでに41団体の情報を発信。動画対応で視認性を高め、一部を有料化して運営費をまかなう仕組みも導入。リアルとデジタルを融合した新しい商店街の窓口が生まれた。

また、「さくらまつり」「ねぶたまつり」など既存の催しに加え、駅前スペースを活用した新たなイベントを展開。令和6年度は延べ50もの団体が出店・出演。以前は理事や青年部だけで運営していたが、今は組合員自らが企画する形に。「やりたい人が関わられる仕組みにしたことで、自然に輪が広がっている」と吉池理事は微笑む。



旧事務所外観

新事務所外観

## ロードマップ

	1年目 [令和4年度]	2年目 [令和5年度]	3年目 [令和6年度]
街ステーション設置	仕様検討	事務所引越し 躯体工事～躯体完成	内装工事～内装完成 運用開始
デジタルサイネージ設置	仕様検討	必要資格の取得・登録 利用規約の策定	設置工事～完成 運用開始
イベント運営	仕様検討	利用規約の策定 備品調達・工事	運用開始

## モチベーションを保つことの難しさ

3年間の中で最も忙しかったのは、事業が本格化した2年目だったという。「一番大変だったのは、全員のモチベーションを保つことでした」と大塚理事。業種や営業時間が異なるため、夜9時からの会議が続き、情報共有にも苦労した。チャットツールやSNS、メールなど、さまざまな方法を試す中で、可能な限り理事達に負担にならない情報共有の形を模索していったという。

また、事業内容ごとに理事内で担当分けし、二人は各チームに入り、スケジュール管理や行政・業者との調整部分を担当。大がかりな事業なだけに、行政や金融機関との調整が特に大変だったそうだが、そこは「笑顔と根性で粘り強く交渉しました」と大塚理事は笑顔で語る。また「伴走支援アドバイザーの方が、まるでカウンセラーのように支えてくれたおかげで最後まで走り切れた」と振り返るように、専門家として伴走支援アドバイザーが3年間並走するという手厚いサポートもあったからこそ、計画を着実に進めることができたと話す二人。

困難の連続の中にも試行錯誤と工夫があり、それが次への意欲を育てる貴重な時間になったという。



デジタルサイネージは全3箇所に設置

## 今後の展望

## 次の課題は“どう続けるか”

「これで終わりじゃなく、ここからが本当のスタートですね」と大塚理事は語る。新しい事務所ができ、人が集うようになった一方で、次の課題は“どう続けるか”だという。「若い世代がもっと関わりやすい仕組みをつくりたい。昔のやり方では通用しない」と吉池理事。運営コストの負担や世代間の考え方の違いも避けて通れない。「無理をせず、外の人も連携していく。それが長く続けるコツだと思います」と大塚理事。

また、本事業の活用を検討する商店街に向けて、大塚理事は「助成金があるからやる、ではなく、何のためにやるかを決めてから挑戦したほうが良い」と、吉池理事も「目的がぶれると大変なので、まず最初にしっかりとビジョンを作ることが大事です」とそれぞれ語っていた。

本事業を通じて、地域住民や団体が自然に集まり、世代や立場を超えて交流できる場が生まれたことが大きな成果といえる。さらに、商店街が地域と人をつなぐハブとしての役割を果たし、情報発信や協働の輪も広がった。



新事務所1階の休憩・イベントスペース

# advisor

｜アドバイザーの声｜



安藤 準氏

株式会社アンドイトラボ  
代表取締役  
中小企業診断士  
IT経営コンサルタント

伴走支援アドバイザーとして桜新町商店街の皆様と一緒に多くの苦難を乗り越えつつ最後は成功を分かち合えたことを心から嬉しく思います。桜新町商店街についてまず感じたのは理事の皆さんの熱量の高さです。15名以上の理事が集まり、前向きに議論して行動する商店街はなかなかありません。理事長の人望も厚く、チームとしての結束力が非常に強かったと感じました。そのチーム力が事業を着実に前に進めていく原動力になっていたように思います。アドバイザーとしては、実務的な事業

推進の支援にとどまらず、「この商店街が将来どうありたいか」を一緒に考えることを大切にしていました。商店街は地域の公共性と民間の力を併せ持つ“半官半民”の存在と考えており、その方向性を共有できるよう意識していました。やる気に満ちた理事の皆さんが息切れしないよう寄り添うことも心がけてきました。3年間という限られた時間の中で全員が一丸となり、しっかり成果を形にされたことは本当に素晴らしかったと思います。

# case 3 用賀商店街振興組合

## まちの知恵を育てる：まちのシンクタンク構想



### テーマは “まちのシンクタンクを作る”

世田谷区・用賀の中心に位置し、近隣エリアと比べ、シックな雰囲気漂うのが特徴だ。会員約250店舗、地域人口3万7千人を支える都内有数の大規模な商店街は、2009年の「用賀商店街振興プラン」を契機に、単なる商業地から地域を育てる拠点へと進化してきた。

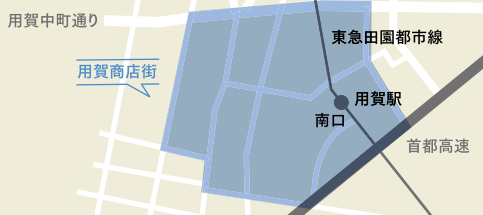
2022年、本事業に採択され始動したのが「みらいプロジェクト」だ。テーマは“まちのシンクタンクを作る”。商店街を核にした地域コミュニティを創出し、情報局（シンクタンク）・放送局・人材育成を一体化させた新しい地域モデルを構築している。



用賀商店街振興組合 理事長  
小林 弘忠氏



用賀商店街振興組合 副理事長  
杉本 浩一氏



### 用賀商店街

加盟店舗数	約250店舗（2025年現在）
所在地	世田谷用賀4-12-15
問合せ先	TEL.03-3700-1337
H P	<a href="https://helloyoga.jp/">https://helloyoga.jp/</a>

### まちの課題をまちで解決する

大型商業施設の進出や消費行動の変化により、かつての賑わいを失いかけていた用賀商店街。「商店街がゆっくり衰退し廃れることは構わないが、その過程で、あってもなくてもどうでもいい存在になるのは耐え難かった。だから補助事業なども活用し、商店街がどうしても本質的に発展するかを模索していった」と語る小林理事長。

2009年以降、既存事業のブラッシュアップや新規事業の開発など元々活発に取り組んでいた中、本事業を知り、手を挙げたという。そして、“まちの課題をまちで解決する”を実現するシンクタンク作りを本事業のテーマとして掲げ、それを形にし、その活動を持続可能なものにしていくことへの挑戦が始まった。



「道」をテーマにシンポジウム「みらいかいぎ」を開催

### 調査・発信・育成を循環させる地域モデルに

この計画の核となるのが「ようがみらい研究所（シンクタンク）」「コミュニティ放送局（YPB）」「まちづくり放送クリエイター研修」の三本柱。いずれも新たな施設を構えるのではなく、人と知恵の連携によって運営できるよう設計されている。

第一の柱「ようがみらい研究所」では、地域の課題や魅力を整理し、「まち柄＝ようがの個性」をテーマに街の色や風景、営みを可視化。地域を深く掘り下げるための仕組みだ。第二の柱「コミュニティ放送局（YPB）」は、商店街や地域の出来事を発信する場で

ある。動画を通じて、住民や事業者が街の情報を共有。そしてYPBで発信する人材を育成することを目的に、第三の柱「まちづくり放送クリエイター研修」がある。この事業では、撮影や編集などを学びながら、事業者や学生が協働で番組づくりに挑戦。

杉本副理事長は「将来どこの街にもシンクタンクと放送局が必要になる、という仮説を立て、立証していくつもりで事業に取り組みました」と語る。

## ロードマップ

1年目 [令和4年度]

2年目 [令和5年度]

3年目 [令和6年度]

ようが未来研究事業	告知	第1回「みらい会議」企画・開催	第2回・第3回「みらい会議」企画・開催
まちづくり映像クリエイター研修事業	仕様検討	専門家による研修フィールドワーク	研修プログラムのコンテンツ制作一般向け公開
コミュニティ放送局運営事業	YouTubeチャンネル開設	コンテンツ制作生配信開始	既存コンテンツ更新(防災)新規コンテンツ制作(音楽・歴史・店)

## 試行錯誤の連続が導いた成果

「何も計画通りにいかないということがよくわかります」杉本副理事長は3年間を振り返ってそう語る。イベントや建物などと違い、成果が形として見えにくい取組に不安の声も多く、計画のたびにそもそも何をを目指すのかを問い直す日々が続いた。その過程で必要不可欠となっていたのが伴走支援アドバイザーの存在だ。「ほとんどカウンセラーのようになってくださって、やりたいことが何なのかを見極めようと、本当に伴走していただきました」と杉本副理事長。

また、映像制作については、カメラ撮影にためらう人も多かったため、似顔絵アバターを活用するなど、心理的ハードルを下げる工夫も重ねた。「関わり方は一つじゃない。できる形で関わればいい」と小林理事長。その一方で、動画制作を通じて新たな関係が生まれたというメリットも。これまであまり関わりがなかった事業者が「それなら一緒にできる」と手を挙げてくれたり、撮影や編集を積極的に引き受けてくれたり。そういった形で事業への理解も少しずつ広がったようだ。



YPGA YOGA+によるようが公共放送局  
公開生放送の様子

## 今後の展望

## 広域的連携と“エリアマネジメント法人”の設立

用賀商店街は、今後も「商店街を核にした地域コミュニティ」の形成を進めていく方針である。また、今後は、区域外店舗や企業、町会などを含めた広域的な連携を視野に入れている。将来的には、制度の枠を超え、商店街・企業・町会などが一体となって街を運営する“オールようがのエリアマネジメント法人”の設立を目指していると語る二人。地域内外の多様な主体が連携し、商店街を中心に持続可能なまちづくりを推進していく計画である。

また、本事業の活用を検討する商店街に向け、杉本副理事長は「どの街にもシンクタンクと放送局は必要だと思っている。その街ならではの課題に目を向け、解決策を発信していくことが重要」と続けて語り、地域の知恵を生かした取組の必要性を強調した。

本事業を経て、地域内での情報発信力と協働体制が強化され、商店街が地域の知の拠点として機能し始めた点が成果といえる。また、発信や研修を通じて事業者間の交流や学びが生まれ、地域内に新たな連携の輪と発信の循環が広がった。



3つの事業を基盤にした「みらいプロジェクト」

advisor

| アドバイザーの声 |



高沖 春日氏

コンサルティング  
ネットワークTKブレン  
中小企業診断士

用賀商店街についてまず感じたのは「アイデアが豊富で、次々と新しいことに挑戦する商店街だな」ということでした。常に新しいことを考え、周囲の企業や行政とも連携している。この姿は商店街にとって大きな強みだと思いました。そのように元々関係性が構築されている中、私は本事業をきっかけに初めて関わる立場でしたので、まずは信頼関係を築くことを大切にしました。1年目は組合員の皆さんと積極的にコミュニケーションをとり、2年目にはグランドデザインを整

理し方向性を明確に、3年目からは動画研修などを通じた情報発信体制のサポートを行いました。特に情報発信面では、研修に参加した店主がスキルを身につけ、自らお店の魅力を発信できるようになっていく姿が印象的でした。そうした変化に少しでも関わられたことは、アドバイザーとして嬉しく思っています。情報発信体制については、本事業を終えた今も、テーマを工夫しながら、皆さんと一緒に“発信を続けていく仕組みづくり”に取り組んでいます。

# case 4 巣鴨地蔵通り商店街振興組合

## “おばあちゃんの原因”が進化：地域とつながる新会館



### 三世代が交流する 商店街の拠点づくり

豊島区・巣鴨地蔵通りに広がる巣鴨地蔵通り商店街。全長約780メートル、約150店舗が軒を連ね、とげぬき地蔵尊を中心に“おばあちゃんの原因”として全国的に知られる。参拝・買い物・食事が一体となった賑やかな街だが、ECの普及や来街者の減少、廃業や大手チェーンの増加などによる加盟店の減少、会館の老朽化など課題も多い。

こうした中、商店街は本事業に採択され、“お客様・地域住民・加盟店がつながる商店街会館の設置事業”をテーマに、親・子・孫の三世代で楽しめる新しい商店街の拠点づくりに挑んだ。



巣鴨地蔵通り商店街振興組合  
副理事長・企画統括部部长

小林 哲氏



### 巣鴨地蔵通り商店街

加盟店舗数	約150店舗(2025年現在)
所在地	豊島区巣鴨4-22-8
問合せ先	TEL.03-3918-2101
H P	<a href="https://sugamo.or.jp/">https://sugamo.or.jp/</a>

### 老朽会館の再生から始まった街の未来づくり

昭和20年代に建てられた旧会館は、老朽化による雨漏りや耐震不足、狭小なスペースなど元々課題が山積みだったが、それに拍車をかけるように、事業開始直前にはシロアリ被害も発生。限界を迎えたタイミングで本事業の紹介を受け、「せっかくやるなら街の将来に残るものを」と、申請を決意した。単発イベントのような一時的な賑わいづくりではなく、街の将来につながる整備を進めようと、“商店街と地域をつなぐ多目的拠点としての商店街会館”を柱とした計画を構想した。

「前例がない分、東京都にも何度も確認しながら計画を進めた」と小林副理事長。豊島区とも緊密に連携し、商店街や伴走支援アドバイザーとの議論を重ね、実現させることができたという。

### 児童遊園と一体化した誰もが立ち寄れる商店街会館の誕生

組合員・来街者・地域住民のための新たな拠点として、バリアフリー・ユニバーサルデザイン対応の木造2階建ての新会館を完成させた。1階には、来街者や地域住民のための休憩所兼イベント広場として、児童遊園とつながるピロティ形式の屋根付きスペースを整備。区の協力のもと、隣接する児童遊園も改修し、児童遊園と会館が一体化した開放的な空間が誕生した。これには「建て替えるなら、児童遊園もきれいにし、誰でも立ち寄れる場所に」という小林副理事長の思いがあった。2階には、大小多目的室を整備し、研修会や会議利用等に活用できるスペースを確保。組合員・地域・外部個人/団体への貸出を開始した。

完成を記念したオープニングイベントでは、甘酒のふるまいやチンドン屋、会館壁画や昔の写真展など、様々な企画を実施し、2日間かけて、会館の魅力を体感してもらった。また、販売促進事業として、商店街青年部を中心に制作した商店街マップや店舗紹介冊子『巣鴨の歩き方』を制作・配布。Instagram開設とあわせて回遊を後押しした。

加えて、外国人観光客の多い商店街ということもあり、インバウンド対応としての語学・コミュニケーション研修なども行い、組合員から好評を得ている。



旧会館外観



新会館外観

## ロードマップ

1年目 [令和4年度]

2年目 [令和5年度]

3年目 [令和6年度]

商店街会館の建設

調査

業者選定  
設計・調査・解体工事  
躯体工事  
事務所移転  
運用ルール・収支計画の検討

建設工事～完成  
備品手配  
事務所移転

オープニングイベント

仕様検討

企画検討  
販売促進の検討

準備・開催

## 「時間との戦い」—協力と工夫で乗り越えた3年間

「とにかく時間との戦いでしたね」と小林副理事長は振り返る。3年間という限られたスケジュールの中、資材搬入スペースの確保や商店街の規約で土日の工事ができないなど、多くの制約に直面したという。「業者の選定や調整には時間を要しましたが、最終的には信頼できる施工会社と出会い、ともに事業を進めることができました」。着工後も工程は綱渡りで「検査日程なども適宜豊島区と調整し、何とか間に合わせました」と語る。

その一方で、行政の支援には強い感謝を示す。「区長をはじめ、豊島区全体が本当に協力してくれました。設計段階から色々なアドバイスをいただきました」。また、伴走支援アドバイザーについても「巣鴨をよく知る方で、報告書や資料作成まで丁寧にサポートしていただき、非常に心強かったです」と話す。苦勞の多い事業だったが、地域が一体となって成し遂げたことに大きな意義を感じている。



店舗紹介冊子『巣鴨の歩き方』

## 今後の展望

## 3年間の補助事業で得た成果と今後

本事業を終えた今、小林副理事長は「3年間の過程は簡単なことばかりではありませんが、これだけ大きなことができる補助事業はなかなかない」と振り返る。単年度の補助金では実現できない“街の将来を変える規模”に挑戦できたことは、商店街にとって大きな成果であり、自信にもつながったという。一方で、整備した会館の利用促進や、児童遊園と一体化したイベント広場の活用、維持管理体制の確立など、事業後の運営をどう継続させていくかが今後の課題として残る。また、既存事業と並行しながら、商店街への加盟メリットを高める仕組みづくりにも取り組む必要がある。

本事業の活用を検討する商店街に向けては、「機会があれば、絶対に挑戦したほうがいい」と小林副理事長。

本事業を通し、新会館と児童遊園の一体化整備に加え、マップ制作やSNS発信で来街者の動きが広がり、地域全体のにぎわい創出へと効果をもたらした。また、次世代の担い手育成も進み、商店街内の組織力強化につながった。



イベントや研修等に利用可能な多目的室

advisor

| アドバイザーの声 |



佐藤 直美氏

まち未来ラボ  
中小企業診断士

高齢者の多い街のイメージが強いのと思われるかもしれませんが、実際には若い世代、ファミリー層も多く訪れています。約150の店舗もコロナ禍を経て多くの入れ替わりがあり、新しい趣のお店も増え個性豊かとなってきました。今回の支援では、老朽化した事務所施設の建替えという喫緊の課題対応だけでなく、変化する中で今後どうありたいかという未来像を共有し、3世代に広がる客層へのアプローチと、組合組織の強化を意識しました。実施にあたり、次代を担う若手が多く参加したプロジェクトチームを立ち上

げ、担当分けを行いました。初めての取組が多く作業も煩雑で大変だったと思いますが、アドバイザーとしては、自分たちで事業を進める過程と経験を重視しておりました。各担当が動きやすくなるよう、いつ、誰が、何をどのように…の整理、調整、助言を頻繁に行い進めていきました。商店街会館と各種販促媒体が完成し、この3年間で確かな土台が築けたと思います。この土台をどう活かし、育てていくか。今後のバージョンアップが楽しみです。

# case 5 ハッピーロード大山商店街振興組合

## つながりを絶やさない：再開発期の新しい商店街像



### ハッピーロード大山商店街

加盟店舗数	約210店舗(2025年現在)
所在地	板橋区大山町49-1
問合せ先	TEL.03-3958-8686
H P	<a href="https://haro.or.jp/">https://haro.or.jp/</a>

### 再開発を契機とした商店街活性化

板橋区・大山駅前に広がるハッピーロード大山商店街。アーケード全長560m(一部撤去前)、約210店舗を擁する都内有数の下町型商店街である。「一生づきあいします」をモットーに、生活密着型の商店街として約50年以上地域に寄り添ってきた。

近年は補助26号線の整備やクロスポイント、ピッコロスクエアの再開発、さらに東武東上線の立体化計画など、街区が大きく変化しつつあり、工事が始まってからも従来の活気が薄れないよう、商店街は2022年に本事業に応募。再開発中でも賑わいを絶やさず、新しい時代の“まちの顔”として生まれ変わる挑戦が始まった。



ハッピーロード大山商店街振興組合  
理事長

伊崎 宏明氏



ハッピーロード大山商店街振興組合  
専務理事

臼田 武志氏

### 再開発でも賑わいを絶やさぬよう

コロナを経て人通りの減少、情報発信の停滞など、商店街は新たな課題に直面した。さらに「再開発をきっかけに、工事中のエリアはなんとなく暗い雰囲気。連続性もなくなってしまう現状の中、どうにか賑わいを維持したいと思ったんです」と伊崎理事長は語る。そして、オフラインのみならず、オンラインで地域住民との関わりを創出する仕組みが求められた。

商店街は、“再開発を契機とした商店街活性化”をテーマとして掲げ、①工事期間中の賑わい維持 ②デジタル商店街事業 ③地域連携としてのイベント事業の三本柱の取組を展開。再開発中も継続して人が集い、つながる街として再生させる取組に挑んだ。

### 空間演出・デジタル化・地域連携の三本柱

第一に、工事期間中の賑わい維持として、仮囲い(白壁)を活用した季節演出を実施。桜や向日葵など月替わりの装飾を展開したほか、フォトスポットや休憩スポットなど、少しでもポジティブな雰囲気に、そして通行者が足を止める空間を演出した。また、公募デザイナーによる「大山ストリートアート」を開催し、昼間のライブペイントで街に活気を取り戻した。

第二に、デジタル商店街事業として、とりまとめや宅配サービスに対応する“御用聞きシステム”整備を目的とし、ポイント連携とEC機能を備えた「ハッピーロード大山オンラインショップ」の構築

をスタート。また、加盟店向けにSNSや生成AIを活用したデジタル教育研修を計20回以上開催。自店の商品やサービスを自ら発信できる力を育めると各店主から好評を得ているという。

第三に、地域連携事業として、子育て支援団体や地元団体と連携し、ハロウィンイベントやフォトスポットの共同開催、「大山便利帳」との連携など情報発信を強化。再開発期を“変化の機会”と捉え、リアルとデジタル、地域と商業をつなぐ新しい商店街モデルを形にした。



装飾前の白壁



装飾後の白壁

## ロードマップ

1年目 [令和4年度]

2年目 [令和5年度]

3年目 [令和6年度]

工事期間中の 商店街のにぎわい維持	仕様検討	→	随時企画・実施	→	随時企画・実施
デジタル商店街事業	仕様検討	→	業者選定 開発/教育・会議	→	実装・運用 教育・会議
地域・地域団体・個人との 連携	仕様検討	→	便利帳発行・随時改定 イベント企画	→	便利帳の随時改定 イベント企画

## Vチューバーとのコラボで見た商店街の新境地

「一番大変だったのはデジタルですね」と伊崎理事長は振り返る。商店街に適した形にどうカスタマイズするか、3年間という期間で本当に形にできるのか、そして完成後にどう運用し、どう売上へつなげていくのか。一つひとつを想定しながら慎重に進める必要があったという。「ただ導入するだけでは意味がない。加盟店や消費者の方にとってメリットのある形にすることが重要でした」と語る中、大きな転機となったのが、Vチューバーとのコラボ企画「バーチャル宣伝大使決定戦」である。

オンライン上で商品を購入すると、推しのVチューバーに投票できる仕組みを導入し、現実の購買とデジタルの応援を融合させた。予想以上の売り上げをもたらしただけでなく、SNSを通じ、商店街の存在を全国に発信した。従来の販促とは異なるアプローチで、新たな層の関心を引き寄せたこの企画は、商店街の新しい可能性を示す試みとなった。



Vチューバーとコラボした  
「バーチャル宣伝大使決定戦」

## 今後の展望

## “面”で広がる商店街を目指す

3年間の事業を終えた今、商店街は次のステップを見据えている。「デジタル化の取組は、これからもっと磨いていきたい。勉強会もさまざまな視点から実施し、街全体をより良くしていくという原点を忘れず、枠にとらわれずに多くの人と連携していきたい」と伊崎理事長は語る。白田専務理事も「再開発はこれからも続いていく。だからこそ、賑わい維持を継続し、道路が完成したあとは“線”ではなく“面”で広がる商店街を目指したい」と語った。

また、本事業の活用を検討する商店街に向けて、伊崎理事長は「資金面もそうだが、伴走支援アドバイザーが寄り添って支えてくれるという手厚いサポートのある補助金事業はなかなかない。意欲のある方はぜひ挑戦してみしてほしい」と呼びかける。白田専務理事も「自分たちの商店街の未来を考えるうえでも、実証実験的な意味として挑戦してみる価値があると思う。ぜひチャレンジしてみしてほしい」と語った。

本事業を経て、再開発時期でもデジタル化や地域連携を通じて新たなつながりを生み出し、商店街の魅力発信力と持続性を高めた点が大きな成果だったといえる。また、オンラインショップやVチューバーとのコラボ等により、新たな層との出会いや商店街への来街促進にもつながった。



アーケード前で撮影  
(左:伊崎理事長 右:白田専務理事)

advisor

| アドバイザーの声 |



千種 伸彰氏

株式会社  
プラウドコンサルティング  
代表取締役  
中小企業診断士

ハッピーロード大山商店街は、再開発という歴史的な転換期の真っ只中にある商店街だと思います。私自身も長年板橋に住んでおり、商店街が大きな課題に直面していると知って、中小企業診断士として何か力になりたいと感じました。実際に関わってみて感じたのは、率直に“とてもワクワクした”ということです。理事長や専務理事をはじめ、皆さんの前向きな姿勢が印象的で、新しいことにも“やってみよう”という気風があり、議論も実行もスピード感

がある。だからこそ、多彩な取組が次々と形になっていったのだと思います。アドバイザーとして一番心がけていたのは、商店街の“30年ビジョン”に沿ってお手伝いをする。そして“専門家が上から助言する”のではなく、意向を尊重しながら同じ方向を向いて伴走することを大切にしてきました。3年間の事業で多くの成果が生まれましたが、再開発はまだ続きます。これからも引き続き、商店街の未来づくりを支援していきたいと思っています。




未来を創る商店街支援事業 取組事例集  
令和4～6年度実施分

令和8年2月発行

登録番号(7)197

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  
03(5320)4787

調査協力 株式会社むーなび  
印刷 株式会社上野印刷所

**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。

石油系溶剤を  
含まないインキを  
使用しています。

