

## 風を起こす

&lt;第24回&gt;

## 意識が変われば、まちは変わる

新庄市商工観光課主任

齋藤 一成さん

一時は実質公債費比率30・1%で財政事情の全国ワーストにも名を連ねていた新庄市。大幅な財政切り詰めが実施される中、補助金など一切使わず、冷え切った商店街を再生する方法があった。

### 商店主のやる気とアイデアを引き出す「100円商店街」

かつてはまちの顔として賑わいを見せたであろう商店街が、次々とシャッター街へ姿を変えている。何とか再興させようというあらゆる策を講じて、思うような効果が上がらないというのが現状だろう。

そんな中、わずかな経費で効果を上げる手法として注目を集めているのが「100円商店街」。2004年、山形県新庄市のNPO—AMP<sup>アンピー</sup>が始めた取り組みだ。言葉だけ聞くと「100円ショップの商店街版でしょ?」と単純に片付けてしまいそうだが、さ

にあらす。「100円商店街にはノ

ウハウがあつて、その一つ一つにロジックが隠されています」とNPO—AMP理事長を務める齋藤一成さん。本業は現役の新庄市職員である。

「100円商店街」は常設ではなく、イベントとして実施される。開催日には各商店が店頭で100円コーナーを設けるが、「会計は必ず店内で」というのがノウハウの一つ。そこにはどんな意図があるのか。

「お客様にまずは一歩、店内に足を踏み入れてもらうことが狙いです」

確かに、知らない店というのは入りづらい。ましてや普段なじみのない商店街であればなおさらのこと。気になる店があつても、何か



[さいとう かずなり]  
1975年、山形県新庄市生まれ。1993年4月、新庄市役所に入庁。税務課、市民プラザ、ふるさと歴史センター、環境課、総務課、被災者支援室等を経て現職。プライベートではNPO—AMP理事長を軸に、独立行政法人中小企業基盤整備機構・中心市街地商業活性化アドバイザー、商業活性化アドバイザー、山形県まちづくりサポーターとしても活躍中。著書に『100円商店街の魔法』(2010年、商業界)がある。

買わないといけないんじゃないか?と躊躇してしまう。100円商店街で敷居を低くし店内に入ってもらえば、お客様に店を知ってもらうことができる。そこで「へえ、こんなモノ置いているんだ」から「ついでにこ



2カ月に1回のペースで  
開催されている  
新庄市の「100円商店街」。



れも買ってみるか」「また今度来てみよう」  
につながるというのが、店内会計の意図  
である。

100円商店街の開催にあたっては、商  
店街にある商店の9割以上の参加を求め  
るが、ここにも狙いがある。

「参加率を高め、密度を濃くすることで、  
お客様の滞在時間が長くなります」

多くの商店が参加すれば、100円で買  
えるもの、できることを選択肢が増え、お  
客様の滞在時間が長くなり、その分いろん  
な店に入ってもらえるというのが、そのロジ  
ック。あえて歩行者天国にしないなどのノウ  
ハウにもすべてロジックが隠されているが、  
この手法の一番の肝は、「商店主一人一人の  
意識が変わること」にある。

「高度成長期の日本は、極端な話、商品  
を置けば売れた時代でした。人口が増えれ

ばモノは必要となり、否応なしに商品が売  
れます。経済的にも豊かになっていく中で、  
商店街は繁栄していきました。しかし、今  
は違います。人口は減り、大きな経済成長  
は見込めません。それにもかかわらず、商  
店街では50〜60年前と同じ商売をやっ  
ているのです」

商店街衰退の原因として、郊外型大型店  
の進出やモーターゼーション、インターネッ  
ト通販の拡大など指摘されるが、それだけ  
ではない。商店側にも顧客ニーズをつかんで  
いこうとする意欲が欠けているのではない  
か。繁盛した頃に購入した不動産収入があ  
るため、安心しきっているのではないか。

全国各地で開催される100円商店街で  
は、商店主がそれぞれに工夫を凝らした品  
が店先を彩る。米穀店は1回1000円で新  
米のつかみ取り、理髪店は1000円で前髪  
カット、エステサロンは15分1000円で手  
マッサージ、クリーニング店は1000円でア  
イロン掛け、不動産店は初回家賃1000円  
……。宝飾店が並べた0・01カラットのダ  
イヤモンドには何時間も前から行列ができ、  
話題を呼んだ。知恵をしぼれば、どんな店  
でも1000円の商品やサービスを提供するこ  
とができる。ある自動車販売店は、1000  
円の車内クリーニング券から車の販売につな  
げた。

「やり方次第で売り上げを増やせるかもし  
れない」——あきらめモードだった商店主の  
やる気を引き出し、自信を取り戻すことが

できれば、商店街に人を呼び戻せるのでは  
ないか。そこに可能性を感じ1000円商店  
街を実施した地域は優に1000円を超え、  
北海道から九州まで、一種のムーブメントと  
呼べるほどの広がりを見せている。

### 異動して気づいた自分の適性

「とりたてて、まちをよくしたいという思  
いはなかった」と振り返る齋藤さんのターニ  
ングポイントは、2002年開催の全国都  
市緑化フェア「やまがた花咲かフェア」実  
行委員会への異動だった。山形県、寒河江市、  
新庄市が合同でつくった実行委員会のメン  
バーとして、2001年4月から1年半、  
新庄市を離れ、県庁に設けられた事務局で  
働いた。

任されたのは広報。全国から多くの人が集  
まる機会に山形の魅力を発信しようと、県  
内各市町村の協力を得ながらイベント開催に  
向けて奔走した。マスメディアに向けて情報  
を発信したり、関係団体と交渉したり、賑  
やかで華々しい雰囲気は、それまで6年間所  
属していた税務課とは180度違っていた。

「来場者に喜んでもらうにはどうしたらいい  
か、より多く人を呼ぶにはどうしたらいいか、  
発想や着眼点を変えて、企画、立案していく。  
いわばイベントプロデュース的な業務に取り  
組んでいるうちに、あれ？ こういう仕事、  
自分に向いているなと気づいたのです」

「気づき」は他にもあった。久しぶりに山

形市から新庄市に戻ってくると、まちの変化が気になった。

「私が小さい頃、商店街は父や母に手を引かれて行くだけでワクワクするようなところでした。その感覚がなくなっているなど。記憶は美化されるのですが、それだけじゃない商店街の衰退をはっきりと感じ取ったとき、自分の思い出の場所を守りたいという気持ちが生え、まだ見ぬ我が子がこのまちをどう感じるかと考えました」

色あせていく商店街に一抹の寂しさを感じつつも、それはまた他人事だった。

「イベントでもやって、まちの中を元気にできたらいいね、くらいの意識でしたね」

### 爆発後に何も残らなければ意味がない

「やまがた花咲かフェア」を経験し、イベントプロデュースに開眼した齋藤さんが次に配属されたのは、県内44全市町村を会場に開催された「国民文化祭やまがた2003」だった。

県全体で約100万人が参加したイベントで、担当者としてパレードの最後尾を歩きながら、ふと後ろを振り返ると、そこには荒涼とした風景が広がっていた。

「爆発後の寂寥感<sup>せりようかん</sup>でも言ったらいいんでしょうか。イベントで盛り上がりながらもそれは一瞬だけで、まちは相変わらず衰退の一端をたどっている。山ほど人を集めても、その先に全くつながっていないのであれば、意味

がないんじゃないかと感じたのです」

「だったらどうすればいいのかわかるか」——そこから齋藤さんの葛藤が始まった。プライベートで知り合った同世代の仲間たちと、夜な夜な議論する日々。「商店街の活性化とは何なのか」——成功と言われている全国の事例を片っ端から調べても、答えは見つからない。アーケードや街路を整備したり、設備を充実させたり、大々的なイベントを開催した事例を見ても「補助金を使っただけで盛り上がりつつあるだけじゃないの？ 本当の意味で商店街が活性化していると言えるの？」と疑問だけが渦巻いた。

仲間とは意見が食い違っただけのことでも度々だったが「爆発後に何も残らなければ意味がない」という共通認識は得ていた。徹底的に語り合うと、目指すべき方向が見えてきた——「個店の収益の増加」。

とは言っても、そんなことどうやって実現できるのか。いろいろアイデアを出す中で、仲間の一人がつぶやいた——「売れずに回転していない商品も多いはず。だったら、店頭でワゴンセールでもやればいいのに……」そこから100円商店街実現に向けて動き出した。企画書を作成し、商店街組合の役員にプレゼンすると、快く話に乗ってくれた。

半年の準備期間を経て、2004年7月、新庄南本町商店街で記念すべき第1回目の100円商店街が開催された。行政の補助金は一切ない中、手づくりのビラだけで、どこまで人を集めることができたのか？

「蓋を開けてみると、スタート前から商店街に人があふれ、歩道ですれ違う人同士が半身にしなければならぬほどの集客力を発揮しました。開店を待つお客様が長い行列を目にしたときは、鳥肌が立ちましたよ。あの日の光景は、今でも忘れられない衝撃と感動を私に与えてくれました」

店内会計のロジックで、集客が個店の収益の増加につながったことは言うまでもない。その後、商店街に暗い影を落としていた空き店舗で、一つまた一つとシャッターが上がり始めた。

### すべてのキーは人

100円商店街のノウハウを請われ、全国を飛び回る齋藤さんが、どれほど忙しくても役所で閲覧される情報には必ず目を通す。

「役所の中に行くと当たり前になりますが、あれほど高いレベルの専門情報は、お金を払ってもなかなか集められるものじゃありません。サラッとでも目を通しておくと、後々役立つことが結構ありますよ」

ハンコを押すだけか、敏感にアンテナを張って目を通すか、意識次第で同じ情報でもその価値が違ってくる。

とは言っても、役所の中だけでは情報が不足する。齋藤さんには100円商店街を通じて全国に広がった人的ネットワークを通して、地域の活性化に関わる最新情報が入

京都、大阪からの参加もあった「いすー1グランプリ東日本大会」はテレビの全国ネットでも放送された



つてくる。

「すべてのキーは人です。私はきつかけがなければ何もできない。小さなことでも、人と話をしたこと、すべてはスタートしてからですから。いろんな人との会話からインスピレーションを得て、新たなアイデアが生まれてくる。NPO-AMPのアンプは増幅器を意味しますが、今思えば、アンプは自分自身のことだったのかもしれない」

100円商店街に関連して京都府井出町を訪れたとき、隣の京田辺市にあるキララ商店街が「いすー1グランプリ」なるものを開催しているとの情報をキャッチした。いすー1グランプリはF1グランプリの事務版。サラリーマンの必須アイテム・事務いすを乗りこなし、商店街の特設コースを駆け巡る。インパクト大のイベントに齋藤さ

んはひらめいた——「これ、使える！」。

## 双方の視点で想像してみる

全国的には「100円商店街」新庄市」と思われがちだが、地元では「100円商店街」南本町商店街」でしかなかった。同じ市内でも商店街ごとにさまざまな事情がある上、各商店によって経営状況は異なるため、店主の意見を一つにまとめることは難しい。

「いすー1グランプリを、市内の商店街を連携する布石にしようと考えました。100円商店街」南本町商店街じゃないと理解してもらうため、会場にしたのは100円商店街をやっていない駅前通り商店街です」

かくして昨年9月、京田辺市に次ぐ全国2カ所目として「いすー1グランプリ東日本大会」が開催された。さわやかな秋晴れの下、県内外15チーム45人による2時間耐久レースで盛り上がった。

「お客様にとっては、商店街が対立しているより、連携してより良い商店街になったほうがいいですよ。商店とお客様の視点にズレがなくなれば、商店街の衰退もなくなるのではないのでしょうか」

立場による視点の違い。それは、齋藤さん自身も意識していることだった。

「もし自分が一般市民の立場だったら、どう対応してほしいか想像してみる。その一方で、行政としてどうにかできないかと考える

のです」

双方の立場になった時、行政の隙間が見えて始めたのが資源回収システム「ちよべつ」と（新庄弁でいう「ほんの少し」「ごくわずか」の意）。家庭から出た資源ゴミを商店街の協力店に持ち込むとポイントが溜まり、100ポイントで100円分の買い物券に交換できる。市民はいつでも資源ゴミを持ち込み、商店街はいつでもの買い物物が期待でき、自治体はゴミ排出量の減少で予算削減ができる、3者にとって「ちよべつ」と「ずついい」ことがあるシステム。地域に腰をすえて商売する地元商店街だからこそ実現できたこのシステムは、環境省主催のストップ温暖化「1村1品」大作戦全国大会で優秀賞も受賞している。

「100円商店街は、私じゃなくても思いつける事業だったと思います。たとえば言うなら、私は土の中に埋まっている一部が見えただけ。全体像はまだ見えていません」

100円商店街はまだ掘り尽くしていないと確証している齋藤さんに今後の夢を尋ねると「いつの日か、100円商店街を超える地域活性化事業を、研究者として発案してみたい」と目を輝かせた。

公私ともに多忙を極める齋藤さんの目の悩みは「うちのチビと遊んであげる時間がない」ことだが、子どもが将来こう思ってくればパパもきつと報われる。「このまちに生まれて本当によかった」と。

（ライター／更田沙良）