

狭山市 NEXT商店街プロジェクトの取組



令和2年3月26日
狭山市商業観光課：岩瀬眞嗣

対象地域



商店会名	新狭山北口商店会
エリア	西武新宿線 新狭山駅北口周辺
会員数	69事業者 設立 昭和47年
	半径約300m

現状の分析と課題

【強み・チャンス】

- 規模の大きい企業を抱える工業団地の近くに位置している
- 全市対比で、20～30代の人口構成比が高い
- 商店街内にあるスーパーのおかげで一定の集客は確保できる
- Saya-Biz開設

【弱み・脅威】

- バイタリティ、アイデアを持ったプレーヤーの不足
- 老朽化した空き家・空き店舗の増加
- 商店街の利用者用の駐車場が無い
- 本田技研工業が、寄居工場へ機能集約を予定している



テーマと事業のねらい

長期的に地域にとって必要な事業と人材を育て

「まちが動き始めるきっかけ」を作り、「持続可能な商店街」を形成する



実現する手段として「マーケット」と「リノベーション」、二本の柱で事業を形成し、また、相互の事業で人やモノの連携を行うことで相乗効果を生み出す。

取組① シンサヤママーケット

【開催目的】

コンセプト①

地元の人が忘れかけている新狭山の魅力を再発見する場に

コンセプト②

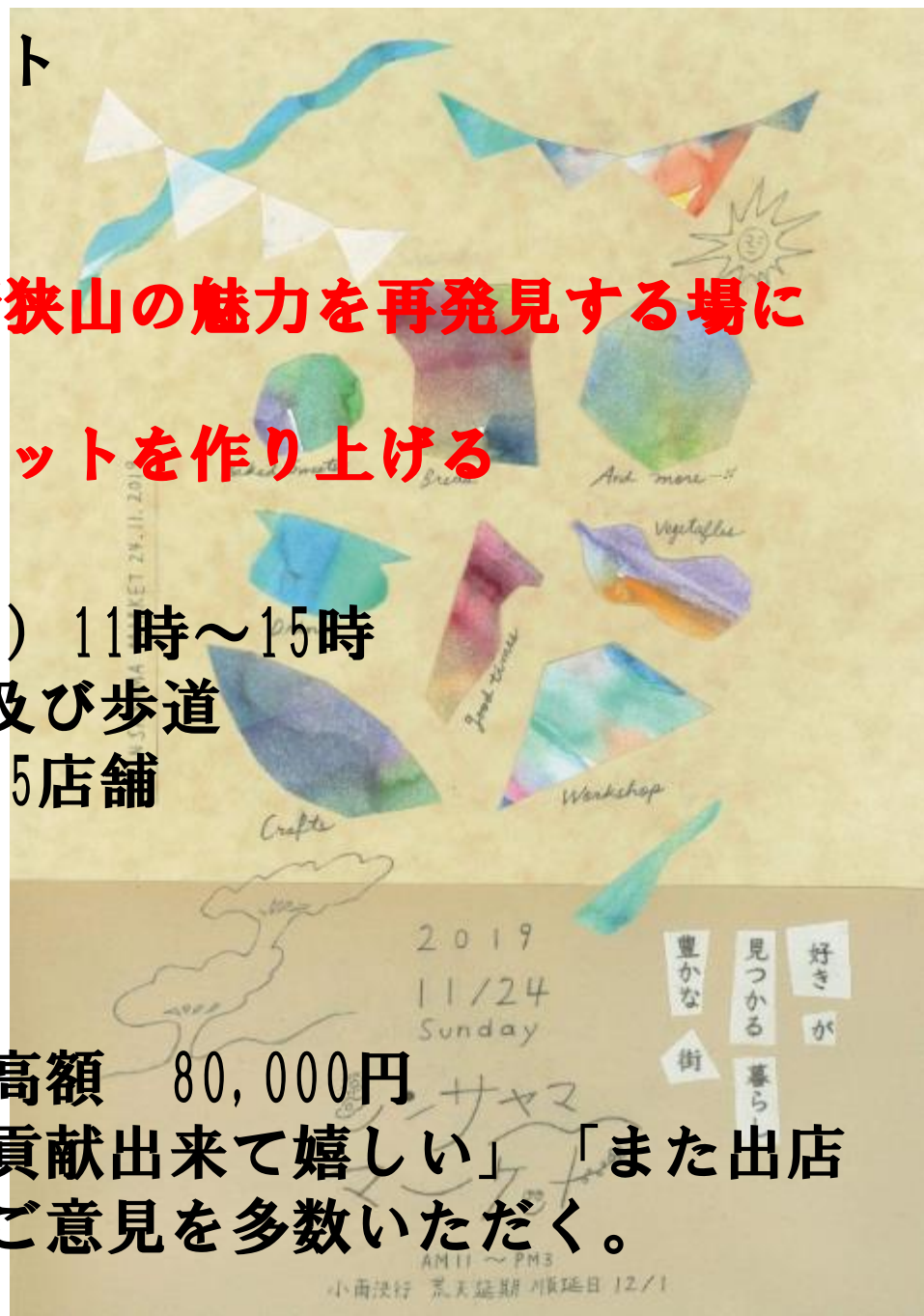
日々の生活に直結するマーケットを作り上げる

【概要】

- ・ 日時 令和元年12月1日（日）11時～15時
- ・ 場所 新狭山駅北口の車道及び歩道
- ・ 出店者 事務局で選定した25店舗

【実施結果】

- ・ 来場者数 1,811人
- ・ 平均売上高 30,500円 最高額 80,000円
- ・ 出店者からは「街づくりに貢献出来て嬉しい」「また出店したい」等々ポジティブなご意見を多数いただく。



取組②

子どもの一時預かり機能付交流スペースのリノベーション

【事業目的】

コンセプト①

人と人たちが繋がる商店街の「ハブ」になる場所を創出する

コンセプト②

地域のママ達へのたまり場・働きたい女性への支援の場を提供する

【概要】

- ・ 場所 田口酒店 2階
- ・ 事業者 大畑健雄 商店会副会長
- ・ 令和2年度中にオープン予定

埼玉県主催の空き店舗ゼロリノベーションコンペにエントリー。

入選には至らなかったものの、地域メンバーが一丸となって取り組んだことで、メンバー間で信頼関係を構築する機会になった。



取組③ 家具づくりワークショップ

マーケット、リノベーション事業と連携したワークショップ



【事業目的】

事業のコアターゲットとなる30～40代の主婦とその子どもに対して、地域の出来事に主体的に関わる機会を提供し、街づくりの主役としての意識を醸成する

第1回 10月20日（日）

商店会主催の既存事業「すかいロード祭り」開催時、路上にて実施

第2回 11月2日（土）

田口酒店2階にて実施。地域住民の飛び入り参加等もあり、事業に興味を持っていただく機会になった

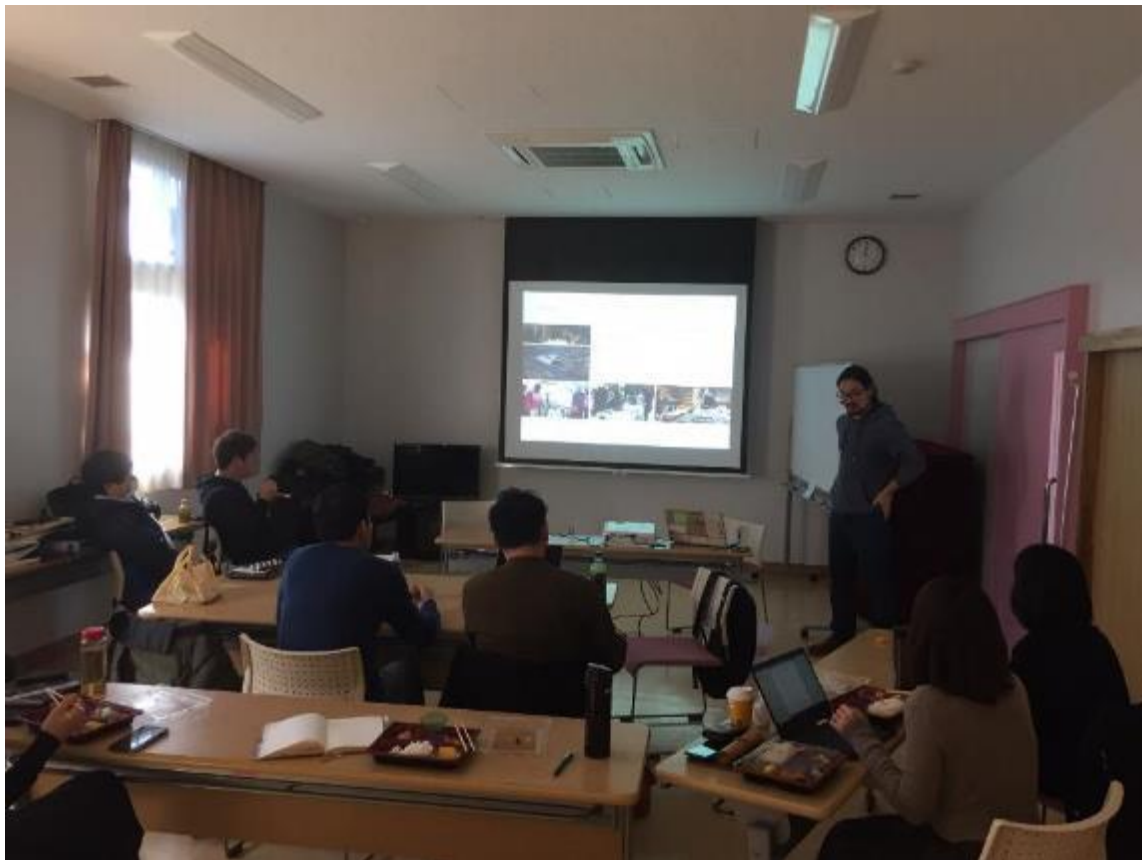
出来上がった家具は、シンサヤママーケットで什器として使用。終了後に参加者へ引き渡しを行うことで、参加者のマーケットへの誘致を行った。

取組④

「新狭山の過去、現在、未来を紡ぐ」ワークショップ

【事業目的】

街の歴史を読み解くことで、今後の事業の進むべき指標となるビジョンをワークショップを通じて地域の人たちと共有する。
ファシリテーターには、専門家である照井亮氏を招聘する。



全3回を令和元年3月に実施を予定

→新型コロナウイルスの感染拡大の影響により5月へ延期

また、関係構築のため、予め自治会員向けのワークショップ(令和元年10月23日)で事業説明を行った。そこで、自治会長をはじめ地域の人と意見交換を実施し、活動への理解を得られた。

事業の効果 (KPI)

① シンサヤママーケットで測定されたアクティビティの数

目標 10 → 実績 13

滞在、会話、飲食、遊びといった、商店街が本来担ってきたコミュニティや地域の居場所としての場としての機能を、マーケットが果たしていることを実証することができた。

② まちづくりワークショップによる関係人数

目標 50人 → 実績 66人

事業のコアメンバー以外にも、ワークショップ等を通じて多くの人々が事業に当事者として関わる機会を作ることができた。

活動	
移動する	黄色
買い物する	オレンジ
飲食する	赤
遊ぶ	青
座る	緑
写真を撮る	黄緑
佇む、待つ	ピンク
その他	グレー

年齢	
1	子供(~12歳)
2	中高生(13歳~18歳)
3	大学生(18歳~22歳)
4	大人(22歳~60歳)
5	高齢者(60歳~)

シール右上に記載

追記	
T	会話する
S	笑顔



事業の効果（KPI以外の成果）

近隣の専門家のプロジェクトへの参画 5名

リノベーション事業へのアドバイザーの木本氏を初め、視察によるヒアリングやワークショップ等、計5名の専門家を招聘し、自走後にも単発で相談が可能な人脈を作ることができた。

専門家：相原氏（保育）、滝澤氏（コワーキングスペース）、園田氏（プレイスメイキング）、木本氏（リノベーション、事業計画）、照井氏（写真を活用したワークショップ）



事業の効果（その他の定性効果）

プロジェクトに関わっている地域メンバーが、新狭山での事業立ち上げを経験したことで、手法を学び、自分の地域（市内の他地域（入曽、狭山台））でもマーケットを新たに立ち上げる等、事業の横展開が生まれた。



広めたい手法①

請負人の人脈を活用した専門家とのコネクション作り

ひとえに地域活性化の専門家といっても、各自得意分野があり、取り組む事業によって、適任である専門家を（特に埼玉を拠点に活動してる方にフォーカスして）、請負人の鈴木美央さんから紹介してもらった。

そこで得られたアドバイスは事業を進める上で大いに役立っただけでなく、自走化後も困った時に頼れるコネクションを作れたことも、今回の事業で得られた大きな財産であると考えている。



広めたい手法②

KPIを来場者のアクティビティ数に設定する

マーケットの効果検証を行うにあたっては、アクティビティ調査という手法を用いた。

効果の指標になる「賑わい」を「滞在」という切り口から定量的に評価し、街に「誰が来て」「何をやったか」を分析することで、第2回以降の改善事項を明確化する上で非常に役立った。



広めたい手法③

円滑に事業を進められるチーム体制の構築

- メンバーの負担になることのないよう、マーケットとリノベーションに部会を分けて会議を行ったり、会議は基本的に出入り自由で途中参加、途中退出可とした。
- 「来るのが楽しみになる会議」というテーマのもと、地域メンバーに対しても「学び」となるような場作りを行った。



自走に向けた課題

- 商店会の会長、副会長以外のメンバーに事業内容等の周知を十分に行うことができなかった。
事業の当事者となる人数を増やし、商店会員と一体となり連携しながら事業を進める必要があると考える。
- 事業目的の一つである「若い世代へスタートアップの場を作る」について、具体的な実施に至らなかった。
シンサヤママーケットへの出店等、様々なきっかけを通じて、若い世代が事業を商店街を舞台に実施できる体制を構築する。



次年度の取組予定

①シンサヤママーケットの継続開催

→第1回の反省点を踏まえた内容のブラッシュアップと自走化に向けた、事務の割り振り等を進める

②「新狭山の過去、現在、未来を紡ぐワークショップ」実施

→商店会長、副会長以外の会員にも事業の方向性について認識の標準化を図る

③リノベーション事業の着地

→木本氏と引き続き計画策定を進めつつ、得たノウハウを商店街フィードバックできるようなタウンミーティングを実施する