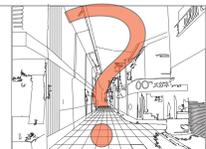


step.1  
商店街の現状



step.2  
目指すべき姿



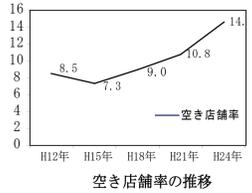
チーム名  
ゆるり

地方における中心市街地、特に商店街の衰退は、深刻な問題である

2014年10月、商店街を取り巻く環境は大きく変化し、

1. 都市部への人口流出 2. 相次ぐ大規模商業施設の進出 3. インターネット販売の普及

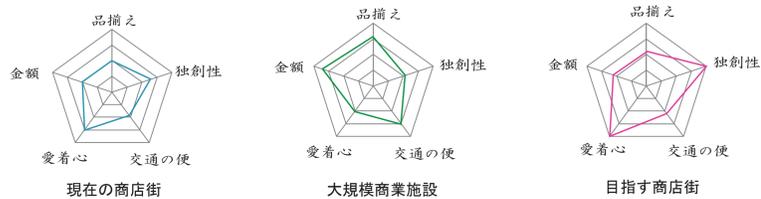
これらの時代の流れとともに、かつてのにぎわいを失っている。商店街が衰退することにより、地域住民のコミュニティの場は消失、治安の悪化、税収減といった弊害が生じ、慣れ親しんだ商店街が廃れ、消滅している。



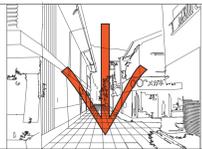
我々が目指す商店街の姿は

1. 地域の中心を担う（中心市街地の活性化、地域コミュニティの再生）
2. 地域に対する愛着心を形成する
3. 資金調達の安定化による継続的な繁栄

この3つである。廃れ消滅していく商店街を、本提案により解決が可能である。

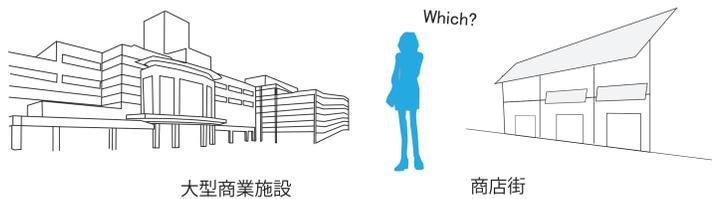


step.3  
廃れるその要因



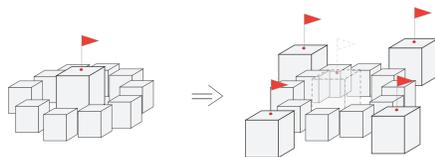
step.3-1  
大手の攻勢

90年代の大店法の規制緩和に伴い、大規模小売店舗の出店件数の増加し、商店街にとって強力なライバルが次々と現れた。ここ数年新たに立地された大型商業施設では単に買物をするにとどまらず、映画館やジム、ゲームセンター等を併設し「見る」、「遊ぶ」、「体験する」、といった機能を付加したものが多く見られ、多様化した消費者ニーズに、来街者の滞留性を強めるための工夫がなされている。また、規模の利を活かした低価格化や品揃えの良さで顧客を獲得している。



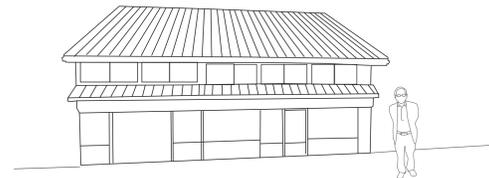
step.3-2  
都市機能の郊外移転による中心市街地の空洞化

郊外の社会資本整備と宅地化が進むと、以前は中心市街地に集中していた都市機能が郊外に移転するようになった。すなわち郊外へ人口が流出するようになり、幹線道路沿いの店舗や郊外の商業施設で買物を済ませる機会が多くなった。今まで顧客だった地域住民が減少すれば、地域外から集客する力のない地域密着型商店街が苦境に立たされるのは必然と言える。



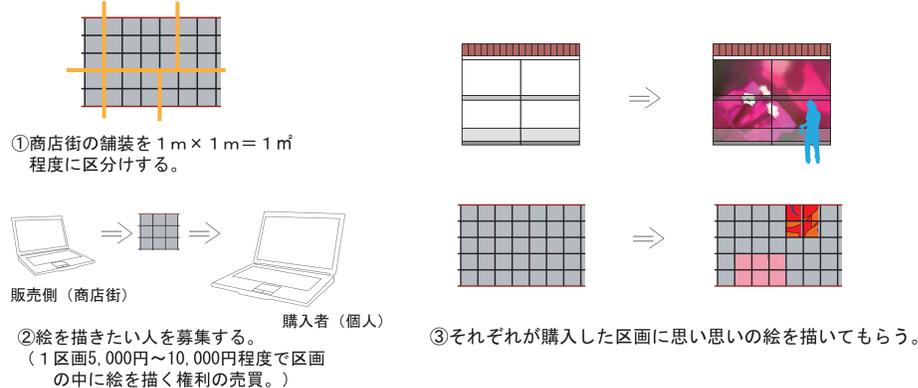
step.3-3  
高齢化・跡継ぎ問題

横浜市経済局の調査によると、経営者が65歳以上の店舗数が50%以上の商店街は全体の3割以上という結果が出ており、商店街においても高齢化問題が存在することが明らかになっている。中小企業庁の商店街実態調査においても、退店（廃業）した理由は、「店主の高齢化・後継者の不在」と回答した者が29.6%を占めている。

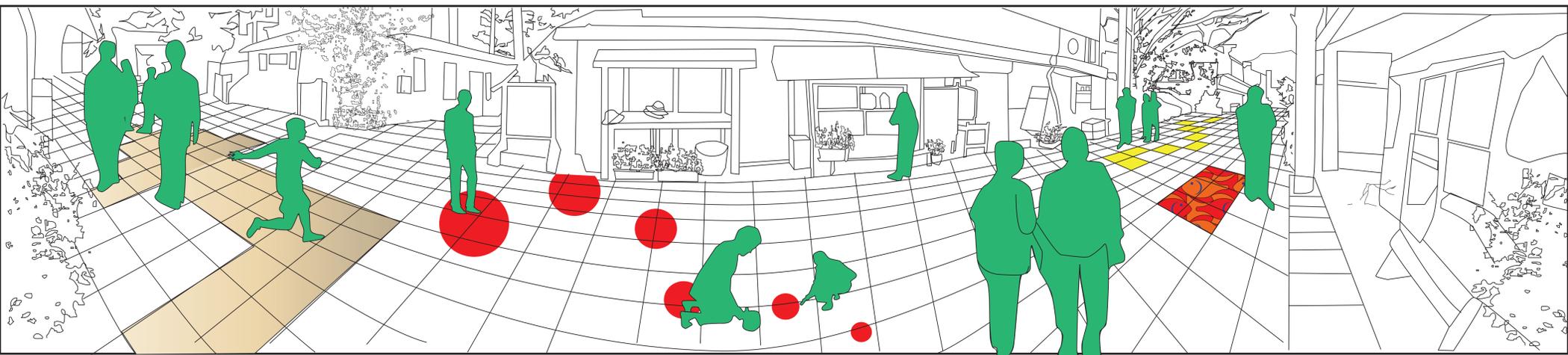


step.4  
提案その1 『商店街をキャンバスに～好きな絵を、思いっきり描こう～』

子供の頃の落書きは楽しいものである。しかし、白い壁に目いっぱい好きなキャラクターを描いて大喜びしていたところを親に見つかりこっぴどく叱られた…なんて経験はないだろうか。子どもが想像力を十二分に発揮できる場所が少ない。それならば、いっそのこと商店街全体をキャンバスとして子どもたちに提供してはどうだろうか。

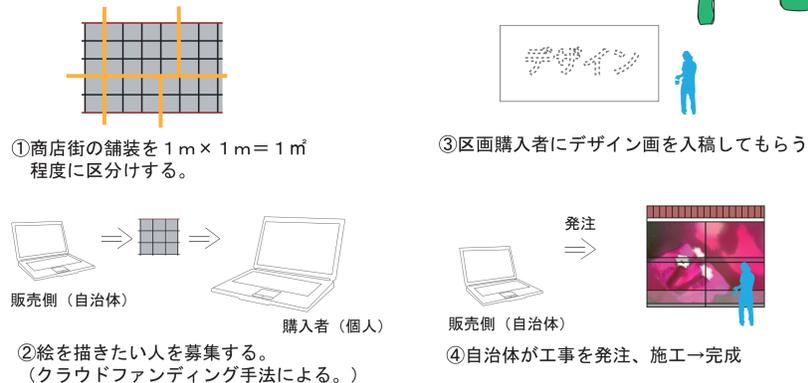


歩いていると子どもの絵を見つけて、思わず顔がほころぶような街があったら素敵ではないだろうか。単発で終わらず月に1回程度の定期イベントのような形にし、絵が描ける商店街というイメージを定着させれば、その商店街の売りとなり、唯一の商店街となる。



遊び心を持った舗装整備によってオリジナリティの高い街並みを創ろうというアイデアであり、制度の運用主体は地元自治体を想定している。クラウドファンディング手法をとり、案と資金を募り継続的な管理を行う。

<参考>クラウドファンディングとは…製品や作品を作りたい人が、インターネットを通じてアイデアを公開し、それを見た人々に資金を提供してもらうという仕組み。資金提供は少額からできるので、個人のリスクは小さい。



子どもたちがキャッキヤとはしゃぎまわり、大人たちが微笑みながら優しいまなざしで見守る商店街の提案である。費用対効果に見合った事業としてどう成り立たせるかが課題となるが、クラウドファンディング等の新しい手法によれば十分に実現可能と考える。実現すれば、熊本、九州、ひいては日本をもっと元気にできるという期待をチーム全員が持っている。

step.5  
提案その2 『舗装アートで目で見ても楽しめる商店街に』



step.6  
総括