

## 国内研修報告書：旭川平和通買物公園商店街へのヒアリング調査を通して

- ① 学生証番号：[REDACTED]
- ② 氏名：[REDACTED]
- ③ 研修テーマ：商店街活性化に関する調査
- ④ 研修場所：旭川平和通買物公園商店街
- ⑤ 研修期間：2026年2月1日～2026年2月3日
- ⑥ 研修参加人数：5名

### 1 今回の研修の背景

私が今回、研修を行うことになったきっかけは、一年次の秋学期に実施された基礎演習のゼミコンペである。その際、私は高校時代に商店街の活性化活動に携わった経験があったことから、商店街に対して強い関心を持っており、私たちのチームでは、活気が失われた商店街に賑わいを取り戻すことを目的とした提案を行った。この発表を通して、商店街の抱える課題や、地域と商店街との関係性に対する関心が一層高まり、二年次には、実際に商店街に関わる活動を行いたいと考えるようになった。

そのような中で、友人が SIC の協力のもと、ゼミコンペの延長として、八王子・銀座通り商店街における活動を行うことを知り、実践的な学びの機会であると考え、本活動に参加させてもらうことにした。そして、銀座通り商店街の活性化に取り組むにあたり、他地域の先進事例から知見を得る必要があると考えた。参考場所は先生からの助言もあり、日本で初めての歩行者天国を整備したことで知られる、旭川市の旭川平和通買物公園商店街に決定した。そのため、銀座通り商店街での活性化に取り組むメンバーとともに、国内研修として現地を訪問し、ヒアリング調査を実施することになった。

### 2 二つの商店街の概要

#### 2.1 銀座通り商店街

まず、銀座通り商店街の現状を整理する。八王子市中心市街地に位置する銀座通り商店街は、かつては地域住民の日常的な買い物の場として機能してきた商店街であるが、近年では来街者数の減少や、商店街全体の賑わいの低下といった課題を抱えている。特に、個人経営の魅力的な店舗が多く立地しているにもかかわらず、若年層や学生層の来街が少なく、来街者の年齢層が高齢者に偏っているという特徴がみられる。また、周辺にはチェーン店が密集する通りが存在し、そちらには一定の人通りが見られる一方で、銀座通り商店街は人の流れの中間地点に位置しているため、目的地としても、通路としても訪れられにくい空間となっている。さらに、学生の通学路からも外れていることから、学生が日常的に立ち寄る機会は限られており、商店街の存在自体が十分に認知されていない可能性がある。このように、商店街の立地条件、来街者の世代構成、情報発信の不足といった様々な

要因が重なり合っている点に、銀座通り商店街の抱える課題があると考えられる。

## 2.2 旭川平和通買物公園商店街

旭川平和通買物公園商店街は、旭川駅の近くに位置する大型の商店街であり、日本で初めて歩行者天国として整備された商店街として知られている。商店街は旭川駅前から中心市街地方向に約1キロメートルにわたって延びる歩行者専用道路であり、JR旭川駅前の玄関口から市街地の主要な交差点までを結ぶ、中心市街地における主要な商業空間として機能している。この商店街は、1972年に日本で初めて恒久的な歩行者天国として開設されて以来、都市の中心軸としての役割を担ってきたという歴史的背景を有している。現在においても、年間を通じて多様なイベントが開催されており、事前調査の段階では、SNSなどの情報発信も活用しながら、イベント開催時には多くの来街者を集め、中心市街地として一定の集客力を維持している商店街であるという印象を受けた。次節では、実際に現地を訪れ、ヒアリングを通して把握した商店街の現状や、賑わいを維持している要因、さらに他地域の商店街においても参考となり得る取り組みについて整理していく。

## 3 現地調査

### 3.1 ヒアリング調査の方法

本研修では、旭川平和通買物公園商店街振興組合・旭川平和通買物公園企画委員会に訪問し、事務局長の山岡さんにお話を伺った。調査内容は、事前にメールを送ったものも含めて、商店街の現状と課題、イベント施策の目的、情報発信の取り組み、組合運営の方針など多岐にわたる内容を伺った。

### 3.2 現地踏査による商店街の雰囲気把握

ヒアリング調査に先立ち、平和通買物公園商店街の普段の雰囲気を把握するため、一日目の夜および二日目の朝から昼にかけて商店街を実際に歩き、時間帯ごとの来街者の様子や空間の使われ方を観察した。一日目の夜間においては、商店街全体が閑散とする印象はなく、飲食店、とりわけ居酒屋などの店舗を中心に人の集まりが見られた。夜の時間帯であっても一定の賑わいを感じられ、個人経営の店舗に加えてチェーン店も立地していることから、幅広い来街者層を受け入れる環境が形成されていることが特徴的であると感じられた。また、地方商店街では夜間に人通りが少なくなるケースも多い中で、夜でも人の流れが保たれている点は、他地域の商店街とは異なる印象を受けた。二日目の朝から昼にかけては、平日であるにもかかわらず多くの人通りが確認できた。来街者の目的は多様であり、買い物をする人に加え、散歩をする人や、子どもとともに雪遊びをする家族連れなど、さまざまな年齢層の人々が商店街空間を利用している様子が見られた。このことから、旭川平和通買物公園商店街が特定の目的や世代に限定されない、日常的に利用される公共空間として機能していることが伺えた。また、今まで見てきた商店街から、商店街の

通りは比較的狭いというイメージを抱いていたが、旭川平和通買物公園商店街は他の商店街とは異なり十分な幅員が確保されており、歩行者がゆとりを持って移動・滞留できる空間となっていた。通り沿いにはブロンズ像やアート作品が配置されているほか、植栽やベンチも設けられており、景観面にも配慮された空間であるという印象を受けた。これらの空間設計は、単なる買い物の場にとどまらず、地域住民や観光客が滞在し、くつろぐことのできる場としての価値も生み出していると考えた。ヒアリングの依頼時には、課題も抱えていると話されていたが、実際に現地を訪れて観察した限りでは、賑わいの低下や空間の荒廃といった課題が直ちに目に見える形で確認される状況ではないと感じた。

### 3.3 ヒアリング調査

ヒアリング調査を通して、旭川平和通買物公園商店街では、人口減少や商業構造の変化といった外部環境の影響を受けながらも、それを受け止めた上で、持続的な商店街運営を模索している姿勢が強く感じられた。まず、来街者数の変化について、山岡さんから過去30年ほどの間に中心市街地に立地していた百貨店が複数閉店したことが、商店街全体の来街動機の低下に大きく影響していると伺った。かつては百貨店を目的に中心市街地を訪れ、その流れで商店街を回遊するという来街行動が一般的であったが、現在ではそのような明確な目的が失われている状況にあるという。また、郊外に大型商業施設が立地していることが要因で、特に冬季においては駐車場が完備され、屋内で完結する郊外型施設の利便性が高まることで、中心市街地への来街が一層難しくなる傾向があると話されていた。そのため、旭川平和通買物公園商店街においては、買い物の利便性だけで郊外施設と競争するのではなく、中心市街地で過ごす時間そのものの価値をいかに高めるかが重要であると考えているという。山岡さんは、イベント時には多くの人が集まる一方で、イベントがない平常時にどのように人の流れを維持するかが、長年の課題であると話していた。そのため、イベントを非日常として終わらせるのではなく、商店街の雰囲気や店舗の認知につなげ、日常的な来街行動へと転換させることを意識して企画が行われているという。具体的な取り組みとして、6月末に開催される「買物公園誕生祭」では、大道芸フェスティバルを中心に、フリーマーケットやチョークアート、金魚すくいなど、各団体が持ち寄り型で出展を行う構成が採用されている。これにより、商店街側の金銭的・人的負担を抑えつつ、通り全体を使った一体感のあるイベント運営が可能となっている。また、子ども向けの企画を多く取り入れることで、家族連れや年配層の来街を促すことも目的としていることが分かった。春に実施される「音楽大行進」については、市内の中学生・高校生が多数参加する大規模なイベントであり、年々規模が拡大していると伺った。このイベントでは、道路封鎖や警察との連携など、安全確保に多くの調整が必要となるが、本番終了後に通りで実施されるアフターコンサートが、商店街への人の流れを生み出す重要な役割を果たしているという。このように、単なる通過型のイベントに終わらせず、商店街空間での滞留を促す工夫がなされている点が印象的だ。また、冬季に開催されるバルイベントで

は、手の出しやすい低価格のチケット制を採用し、「ワンドリンク・ワンフード」のチケットを作成することで気軽に飲食店に訪れることができる仕組みが作られていた。このイベントの目的について山岡さんは、売上の即時的な増加だけでなく、これまで利用したことのない店舗に足を運ぶきっかけをつくることが重要であると話されていた。また、非組合員店舗の参加も認めることで商店街内での関係を深め、将来的な組合加入につなげたいという意図も示されていた。情報発信については、商店街公式サイトを通じて、商店街の歴史やイベント情報を発信しているほか、動画コンテンツを活用した取り組みも行われている。特に、子どもが商店主にインタビューするという動画配信を行っているようで、商店街に親しみを持ってもらうための工夫も SNS を上手く活用し行われていた。一方で、Instagram の活用については、継続的な運用が課題であり、今後は短尺動画による店舗紹介など、より日常的な情報発信を行っていきたいとのことであった。組合運営の面では、加入率がおよそ半数程度であることや、会費によって事務局人件費や企画運営を賄っている現状があるため、公平性への配慮から非組合員店舗との関係性には慎重な対応が求められる。そのため、非組合員ともイベント参加などを通じて段階的に関係を深めていくことに尽力していると話されていた。これらのヒアリング内容から、旭川平和通買物公園商店街では、外部環境の制約を前提としながらも、空間特性を活かしたイベント運営、柔軟な組合運営、来街者とのつながりを重視した情報発信によって、中心市街地としての役割を維持していることが分かった。

#### 4 考察

次に、旭川平和通買物公園商店街での現地踏査およびヒアリング調査を通して得られた知見をもとに、商店街が賑わいを維持・創出するための要因について考察する。

第一に、イベントによる非日常の賑わいと、日常利用としての恒常的な賑わいを切り分けて捉えている点だ。旭川平和通買物公園商店街では、イベントを一時的な集客手段にとどめず、商店街の雰囲気や店舗の存在を知ってもらう機会として位置づけている。このように、イベントをきっかけとして日常的な来街行動へとつなげる視点は、商店街の持続性を高める上で重要であると考えられる。

第二に、商店街の空間そのものを資源として活用している点である。幅員の広い歩行者専用道路や、ブロンズ像、アート作品、ベンチなどの整備により、買い物目的に限らず、散歩や滞在といった多様な利用が可能な空間が形成されている。このように、商店街を通過するだけの場所にさせないことも、来街動機に大きく関係していると考えた。

第三に、子どもや学生、市民団体など、多様な主体を巻き込んだ参加型の取り組みが、世代を超えた来街につながっていることだ。商店街での発表会やイベントへの参加を通じて、出演者本人だけでなく家族や関係者も来街する構造が生まれており、特定の世代に依存しない賑わいが形成されている。

第四に、組合運営において柔軟な姿勢が取られている点だ。この点が最も重要である。取

り組みの柔軟性に関わらず、組合員と非組合員の公平性に配慮しつつ、イベント参加などを通じて段階的に関係を築く運営方針は、商店街全体の協力体制を維持する上でとても有効であると感じた。

最後に、情報発信を重視した運営が行われている点が挙げられる。公式サイトや動画配信を通じて、商店街の背景や人の魅力を継続的に発信することで、商店街をより多くの人に認知してもらおうとしている姿勢がみられる。これは、個人店の多い商店街において特に有効であり、他地域においても応用可能な要素である。

以上の点から、旭川平和通買物公園商店街が賑わい 維持している要因は、単一の施策によるものではなく、空間、イベント、組織運営、情報発信といった複数の要素を組み合わせた総合的な取り組みにあると考えられるという結果が得られた。

## 5 おわりに

本研修では、八王子銀座通り商店街の活性化を行うにあたり、その参考事例として旭川平和通買物公園商店街を対象に調査を実施した。調査の結果、同商店街が一定の賑わいを維持している背景には、複数の取り組みが複合的に機能していることが明らかになった。特に、イベントと日常利用を切り分けた運営、空間特性を活かした商店街づくり、多世代を巻き込む参加型の取り組み、柔軟な組合運営、情報発信の重視といった点が、賑わいを支える重要な要素であると感じた。今後の展望として、銀座通り商店街においても、今回の調査結果を参考に、子どもや学生による演奏やダンスなどの発表の場を商店街内に設けることや、スタンプラリーやバル形式のイベントなど、店舗での購買行動と結びついた企画を実施することが有効であると考えられる。また、情報発信の面では、私たち学生が主体となって SNS での発信を担うことで、商店街側の負担を軽減しつつ、若年層への認知拡大につなげることができると考える。さらに、このような役割を学生が担うことは、商店街と地域、大学をつなぐ存在としての機能を果たすことにもつながるだろう。今回の研修を学びだけで終わらせることなく、今後の実践的な取り組みへと発展させていくためにも、商店街との継続的な関わりを通して、地域に根ざした商店街活性化のあり方を探っていきたい。