

国内研修成果報告書

～買物公園から学ぶ今後の商店街のあり方～

研修期間：2026年2月1日～3日

場所：北海道旭川市 旭川平和通買物公園

研修人数：5人

現代福祉学部



—目次—

- 1、概要
- 2、商店街の概要
- 3、調査内容と取り組み・考察
- 4、まとめ・今後の展望

1、概要

今回、私たちは我が大学の国内研修制度を利用し、地域福祉の実践活動として、2026年2月1～3日にかけて、北海道旭川市にある旭川市平和通買物公園を訪れた。今回の研修の目的は、地域福祉という視点から、各地で問題となっている過疎商店街の復興に向けた手がかりを得ることであり、旭川の商店街がどのように集客し、どのような町おこしを行っているのかを明らかにし、他地域へ応用可能な要素を探ることである。きっかけは、去年の基礎ゼミで行われたコンペでクラスメイトが商店街活性化をテーマにしていたことだった。商店街の「過疎化」に焦点をあて、継続的にアプローチするための組織化を目標としていたところ声をかけてもらい、地域福祉の中でも商店街という身近な部分でどのように復興や振興を促すのか、ともに考え貢献したいと思い、この研修に参加しようと決めた。

北海道旭川市の中心市街地に位置する旭川平和通買物公園は1972年に開設された日本初の恒久的歩行者天国で、旭川駅から北へ約1キロメートルにわたり直線状に延びる通りは、自動車の通行を排除し、歩行者のための公共空間として整備されている。広い道幅と開放的な空間が特徴で、ベンチや彫刻などが設置されており、商店街でありながら公園のような雰囲気を持つ。

2、商店街の概要

1日目と2日目にかけて、旭川駅から約1キロメートルにわたって直線で伸びる平和通買物公園を歩き、昼夜比較して、客層や人通りを観察した。昼時にはパン屋やチェーン店を中心に賑わいが見られ、若者の姿も多く見受けられた。ジンギスカンなどのお店は若い人が気軽に訪れることができそうな店舗がいくつかあった。商店街入口付近のパン屋は特に目立つ位置にあったため、お昼には列ができるほどの人数が来店していた。これによって、視認性の高さというのは、集客につながってるものであると感じた。一方で、靴屋や居酒屋、ローカルスナックなど昔ながらの店舗は、手前の店や大手チェーンに比べると来客が少ないように見え、立地や業態による差を実感した。歩いてみてまず感じたのは、今まで考えていた「商店街」のイメージとは違い、まさに「公園」に近い空間であるということである。例えば吉祥寺のサンロード商

店街のように店舗が密集し、通路が狭い従来型の商店街とは異なり、平和通買物公園は道幅が広く、中央にはベンチや銅像、イルミネーションなどが設置されていて、歩行者がゆったりと滞在できる空間が確保されていた。この滞在型の空間は、この商店街が単なる買い物の場としてではなく、交流の場として機能するという可能性を持つ点でも地域福祉的に振興に寄与している部分ではないかと思う。

3、調査内容と取り組み・考察

私たちは2日目の午後から、「旭川平和通商店街振興組合、旭川平和通買物公園企画委員会」事務局長の山岡揚子さんにお話を伺った。もともと八王子市の銀座通り商店街が過疎化していることを問題視して、何かいい案はないかと手掛かり収集のために旭川の商店街を訪れたが、ヒアリングを通して、最近は平和通商店街でも以前より人が少なくなったことを問題視していることがわかった。以前は旭川経由でしか主な交通手段がなくいろいろなところに行くのに旭川を通らなくてはいけないため、人も多く賑わっていたが、最近は交通の便がさらに良くなって、旭川を経由しなくともよくなってしまったが故に、以前より人が少なくなっているそう。また、商店街の手前に大きなイオンモールができたことで、商店街の奥の方まで訪れる人が少なくなってきたのも理由として挙げられる。

次に、商店街を散策していた際に見つけた銅像など、外観についての質問をいくつかした。「デザイン都市」という印象を抱いたので聞いてみたところ、それを掲げ出したのは最近だそう。みた中でも沿道の店舗や建物は「街並み」として意識された連続性があるって歩行者目線での空間づくりが行われていた。単に歩く場所としてではなく、「街をあげてのクリエイティブな空間」としてイベントやスポットにアートなどのデザイン要素を取り入れているところは商店街としてのテーマとして素晴らしいものであると感じた。集客について聞いてみたところ、自主的なイベント、例えば大道芸のフェスティバルやバル、子供向けのチョークアート、お金のかからない楽しめるイベントというのを意識しているそうで、一般人が老若男女問わず気軽に訪れて交流できる場という点に関して、他の商店街にも活かせる部分がありそうだと感じた。また、イベントに関しては、近くの小学校などと連携して、発表などの会場としても使われたり、市の団体が演奏をしながら行進するマーチングイベントが開かれたりなど“観客”として訪れた際に地域の人と交流できたり、それをきっかけに商店街について知り、訪れてくれる人が増えたりと小規模イベントから大規模イベントまで、商店街の存続にはかなり効果のあるものであると思った。

お話を伺う中で、私は特に“世代”という言葉が印象に残った。商店街が過疎化する理由の一つとして、「高齢化」が挙げられるが、山岡さんの話を聞いていると、“子どもが関わるイベント”というものは商店街においてかなり重要視できるところではないかと考えた。高齢の方々も多く組合に入っているそうだが、実際話を聞いていても、子どもが何かを発表したりするイベントがある時には、雰囲気是和むうえ、近所の子供達が何かを一生懸命している姿には心打たれ

る人が多いそうで、子どもが関わるイベントは地域の大人にとって大きな喜びとなっていることがわかった。また、高齢化という問題にはその場を訪れてもらう広告の力が大事で、平和通商店街では、過去に子どもたちが商店街の中にあるお店の人に質問したりして、商店街の魅力を引き出すアピールをこめた広告を作ったこともあるそう。これも商店街の大人にはかなり好評だったらしく、商店街振興は経済対策だけでなく、「世代間交流を生み出す地域福祉の実践」でもあると考え、子どもを媒介とした関わりは、高齢者の生きがいや地域への帰属意識などを高める効果があると感じた。

また、組合・非組合という面での問題についても聞いてみた。平和通商店街では、組合への加入は任意で、現在は約半分の店舗が組合に入っている。組合に入ること、イベント参加も円滑に進み、全体が同じ目的を持って進めるため一体感はあるが、実際問題組合に入るにも年会費がかかるので、入ったことによるメリットを明確化しなければ、組合に入ってくれないお店があるというのも課題の一つであった。商品券の配布で、いつも入らないお店に足を運んでもらうなどの工夫をしているそうだが、そこでも、非組合のお店の商品券は取り扱えないなどの支障もあるらしく、「集客のため、お店間の線引きはしたくないけれど、会費をもらっている以上線引きしないわけにもいかない」という葛藤は難しい問題であると感じる。“組合になってもらう”ことは振興のための手がかりになる重要なものだと考えた。

4、まとめ・今後の展望

以上の研修を通じて、私は商店街の再生には三つの視点が重要であると考えた。第一に、滞在しやすい空間設計による「居場所づくり」。第二に、世代を越えた交流を生み出すイベントの継続。第三に、組合という組織基盤の強化である。地域福祉は、生活の場におけるつながりを再構築する営みであり、商店街はその実践の舞台となるものである。本研修で得た知見は、八王子市銀座通りをはじめとする過疎商店街にも応用可能であると感じた。特に子どもを巻き込んだ企画や、滞在型空間としての整備は、地域住民の地域への関わりを高める有効な手段となると考えた。今後も今回の知見をもとに、さまざまな地域福祉活動へと変換し、貢献していきたい。