

第2回県政ひざづめ談議結果概要

○ 開催時間:平成22年5月21日 16:00～

○ 開催場所:甲府商工会議所

○司会

大変、お待たせをいたしました。

県政ひざづめ談議を始めさせていただきます。

まずはじめに、横内知事からあいさつをお願いします。

○知事

皆さん、こんにちは。

それぞれお忙しい中をお集まりいただきまして、本当にありがとうございます。

今日は甲府の中心市街地の活性化の問題について、皆さんとお話をさせていただきたいということでもあります。

この、ひざづめ談議というのは年に20回ほどやっているんですけども、いろいろな分野で頑張っておられる方々とごつくばらんいろいろな話し合いをして、それを県の行政の面で反映していこうということでございます。

したがって、普段のお考えのことを今日は本当に忌憚のない話をいただければありがたいと思っております。

今日は商人塾・中心商店街活性化研究会の皆さん方と、それからYYプロジェクトメンバーの学生さん方、中心街の活性化に関心を持っておられ、活動しておられる皆さん方にお集まりをいただきました。

通常は大体この倍か3倍ぐらい、皆さん集まるんですけども、今日はこじんまりと、それだけにまた密度の濃いお話ができるのではないかなと思っております。

どうか、よろしく願いいたします。

そんなことで、ごつくばらんいろいろなご意見を聞かせていただければありがたいと思います。どうか、よろしく願いいたします。

○司会

続きまして、本日出席をしております県の担当者を紹介させていただきます。

中心市街地の活性化対策などを担当しております、赤池商業振興金融課長です。

○商業振興金融課長

赤池です。よろしくお願いします。

○司会

それでは早速、意見の交換に入らせていただきたいと思います。

よろしくお願いします。

○知事

まず、商人塾の活動状況といいますか、そういうようなことから何かお話をいただいて、それでいろいろとご意見を聞かせていただければと思います。

いかがですか。

○参加者

簡単にちょっと資料を作りましたので見てください。活動を簡素化したものになります。

08年に商人塾が行われました。これは市のほうと会議所のほうで開いていただきまして、12店舗ですか、まず最初に有志が集まりました。やはり都心型商業の再構築というような問題がある中で、自分たち、こちらから活動していかなければいけないんだという形で考えてきました。

研究会自体、単にここで座学の勉強をしようと、そのためだけに集まった、そういう組織ではありません。当然この甲府で技能を学習しながら、また講師の方に店づくりをもう1回見直そうと。その中で、普段の活動の中で毎日続く店づくりですね。これがかなりきついですけれども、その中でお互いの店の意見をいろいろ共有していこうという流れです。

では講義が終わってしまったら、解散してしまうのかということそうではなくて、実は何の強制力もないんですけれども、みんな集まって、月1回に定例会を行っています。そこで前回、1カ月前の状況から今までどのような成果が上がったのか、どういうふう到店づくりを変えたのかというような刺激的な話をしております。

不定期ですけれども、そういう商店街のメンバーで集まって、大学の先生ですとか、行政の方とかと意見交換会を行っている、こういう8の字型の運動、活動を総称して、これを研究会というふうに私たちは考えています。

では、その目的とするところはどこなんだと、先ほど都心型商業、再構築と言いましたが、ここのグラフで表した、まず商店街が目指すべき、お客さまの生活局面において、目指すべき方向はこの縞で表れている部分なんですね、ここの三角形の。ちょっと詳しくは時間もないので割愛させていただきますけれども、その中でもさらに一番商店街が一番目指さなければいけないのは、このメッシュ状のエリア、つまり今、大型ショッピングセンターが一番目指しているのは、ここの左下の部分からのかけ上がりで、いかに右上に持っていくかということ、ショッピングセンターは考えていると思うんですが、商店街というのはそもそもここにちゃんとつくられた商業集積があると考えれば、そこにやはり立ち返って、目指していこうではないかということでもあります。

上のほうにマニア層と書いてありますけれども、ここまで敷居を高くしてしまうと、どうしても偏った店になってしまいます。まあ、簡単に言うと、そんな活動をしています。

○知事

そうですか。

こういうような、この商店街がいかにあるべきかという認識を持ちながら、それぞれご自分の店をこういう方向で磨き上げることですね。

しかし中心商店街、もう10年の間にお客さんの数が4割減ったとか、そういうような状況。これは全国どこもそういう状況が多いんですが、そういう中で大変だとは思いますが、やっぱりこの3年前から努力をしておられて、やはりそ

それぞれの店でそれなりの成果というものは上がってきたりしていますか。やっぱりお客さんの数が増えているとか、その店によってですね。

○参加者

そうですね。

景気は悪いんですけれども、実際に数字としてみるとお客さまが増えたりとかということがあります。

毎年行っている甲府中心商店街歩行量調査では、平成20年度と比べて歩行量が7%減少しており、この中で私の店がある銀座通り東は、マイナス12.2%、歩行量がマイナスでありました。

これは平成21年11月の調査ですが、そのときにうちの店はどうだったかというと、お客さんの数は12%以上増えています。イベントなどをやって、普通にこうしてお客さまを呼び寄せれば、それで売上が上がるということ、ちょっと違うのではなかろうかと。商店街の再生の切り口としては、今までやられてきた補助事業というのも必要だとは思いますが、実際に勉強すると、そういうものは関係ないんだということが一ついえるんじゃないかと思っています。

これは、皆さん各自も実感されていることだと思います。

○知事

やっぱりベースとして、そういう個店の努力というのは必要だということですね。

しかし、それをやるとなると、相当やっぱり広範囲にわたって、情報を発信しないと、個々のお店がやらなければいけないわけですが、それはどういう方法でやっておられるんですか。

○参加者

まず、08年度の活動で、商工会議所の主催でさせていただいたものなんですけど、発表の場という、そのときのイベントということ、ちょっと概念が分かりづらいと思いますが、マップを作りました。商店街の案内図。その目的としては、自分のところのお客さま、お得意さまですね。ほかのお店に、このお店はすごいから紹介する、伝えて、つまり各自が作ったそれぞれマップが12通りある。

○知事

自分のところのお客さんに、そのほかの11店舗に紹介したんですか。

○参加者

自分のところで、私はこれを作ったんですが、自分の店の紹介をしています。ほかの店のお客さんはそこに来てくれているわけですから、自分のお店を紹介する。こういった形で順に作りました。

これは何を意味しているかということ、お客さまに対しての商店街側の相互連帯、責任進出補償組合みたいなものなんですね。そうすると、非常にお客さまの共有、花で困ったら、ちょっと花屋さんに行ってみると、そのお客さまがその後うちに来てくれるんですね。すごい良かったと。そういう反応があります。地味ではあるんですが、普段の活動をちゃんと伝えていく形の活発力というか・・・、一番着実に・・・。

○知事

確かにお客さんは10倍になるんですからね。可能性としては。

○参加者

このマップ自体がほかではちょっと形としてはない。それぞれのお店、個店がほかの方たちを紹介するために、まずほかの方たちの店を知ると。ここから始まりました。ですから12通りあるということ自体、よく理解していない方が多いので、見ていただくとわかると思います。

○知事

これは皆さんがお考えになったアイデアですか。それとも誰か。

○参加者

そうですね、アイデアで。

○知事

専門家がお作りになったとか。

○参加者

いいえ、本当に素人の手作りです。

12店舗回ると、12種類のマップがそろふ。自分の言葉で、自分の感じた言葉のものをお客さまに伝えようという紹介の仕方をしています。

○知事

それぞれの店舗の売りの言葉もみんな違うわけですね。

○参加者

非常に強力な連携、相互連携という、そういう輪ができましたね。それは非常に中央商店街の強みではないかなという気がしています。

だから、この輪をもっともっと大きくしたいなど。

○知事

しかし、こういうやり方でおやりになると、どんどん増えるでしょう。

○参加者

2期目は14店舗で、また広がりましたけれども。

○知事

これが50も100も、100はないですかね。

○参加者

確かに広げていきたいというのはあります。

○知事

商店街の活性化のベースはやっぱりここなんでしょうね。努力をするということが。

○参加者

確実に10年、20年を見据えて商売をしている仲間たちがいて、今は人をつくろうという。

○参加者

一つはそこに値引きが一切ないんですよ。

○知事

値引きがない。

○参加者

セールをしていないんです、安売りをしない。

1 2 種類集めたからといっても、スタンプラリー的に何か景品が出るかと、それもないんです。

○知事

それぞれ工夫をされるというのは、例えばどういう工夫をされるんですか。例えば花であれば、どのような。

○参加者

工夫と言いますと、店の磨き上げ方ですか。

まず手を付けたのは、みんな一緒なんですけれども、店の外観をいかに変えるかというところから始まりまして、ただ、たまたま聞いた講義の内容がこういう時代なので、今ある店の什器だったり、ある物でいかにお客さんにPRするかということを伝えて、それを実践してみたんですね。

まず言われたのは、どんどん物を減らしなさいと。

○知事

この商品の種類を減らす。

○参加者

種類ですね。お客さんに売りたい、伝えたいものを見せるためには、ごちゃごちゃ置いてある、特に、購買型のショッピングモールに比べて専門性を見せるには、少し整備しなさいと、2割、3割、商品を減らしなさいと。それで自分の売りたい物が見えてくるはずだということから・・・、皆さん多少違うとは思いますが、店の中でできる変化を起こしなさいということで取り組みました。

ちょっと長くなってしまいうんですが、店の間口というのは3メートルだったり5メートル、その間をお客さんが歩くのは、長くて3秒。その間に何を訴えられるかということ、そこから始めなさいというように言われて、そのあたりから手を付け始めて、それをしているうちに本当に売りたい物が売れるという、びっくりするぐらい変化が出てきました。これは本当に自分でもびっくりしたんですけれども・・・。

うちは花屋なんですけど、本当に通りのほうまで、歩道のほうまで結構いろいろ出していたんですね。木を出したり。

思い切って、そのあたりを全部きれいに見せてみたんですね。そうしたら、向かいにあるお店のパートさんが、あそこは花屋だったんですねというように、本当にうそみたいな話が出て、やっぱり中でどんなに磨き上げていても、外にアピールというか、どうPRするかで全く違う。だから花屋と気付かずに通っていた人が、どれだけいるのかと思うと、本当に同じ町内の向かいの人が初めて気が付いたって笑い話みたいなんですけれども。

○知事

花いっぱいになると、花屋にならない、花屋に気付かないんですね。

○参加者

はい。何か趣味でやっているというように。

○知事

当たり前在花屋さんというようにとらえてしまうから、注目されないですね。

○参加者

そうですね。だから風景や景色に、いつの間にかなっていたんだなという・・・。

そういう目でほかの店を見てみると、きっとそうやって通りすがりとか、何となくごちゃごちゃしていても、視界に入れずに通り過ぎられてしまっているようなことで、もしかしたら無意識に起きているのかなど。そういうような変化を周りに伝えていきたいとか、そういうことを今手探りしているような・・・。

○知事

皆さんには、何か指南番がいるんですか、そういう。

今、例えば商品を絞rinaさいというね、そういうような誰かいるんですか。

○参加者

そうですね。2008年度に商人塾を受け持った講師の方がたまたまそういうような話をされていて、それを見つけたのが、もともと県の職員の方でたまたま市のほうに出向していて、その方がその役割を任されて、いろいろな情報の中から方向性を、今言ったような方向性で、中心街を活性化させるために、再生するためにはということ突き詰めていった結果、出会った講師がたまたまコンサルタントの人だったと。九州の人なんですけれども。

○知事

あなたはいかがですか。

○参加者

私の店の取り組みも今言ったような形で、少しずつ外観を整えながら取り組みを始めたんですが、良かったのは自分の結果をお客さんから少しずつダイレクトに受け取るとともに、ほかの店も同時にいろいろやっているの、意見交換とか勉強しながら、自分のところが刺激を受けていて、いいアイデアは取り入れていて、自分のことでこんなことがあったよということ、またフィードバックしてという形の相乗効果によって、私の店も少し売上が上がって、ほかの店もみんな売上が上がったということで、すごくいい取り組みだったと思います。

今回の取り組みを通して思ったのは、いつも商店街とかの取り組みというと、何かイベントを通してたくさんの大勢の人を集めて、結果として次の日の新聞に載るのが、何人集まったよとか、これぐらい集客があったよと。だけど実際に商店の人たちに話を聞いてみると、実際それほど儲かってなかったりするところを見ると、実際はいくら人を集めたかが問題ではなくて、日常のお店の力をどのくらい高めるかということが、すごく大切だと思うんですね。

だから、そういう面では今回の取り組みというのは、日常の力をどのくらい蓄えて、10年後に商店街が今より大きい形で持続できるかという取り組みであれば、すごくいいことだと思います。

商店街活性化といっても、イメージだけはあるんですが、実際は定義がみんな

バラバラで、頭の中の中心街の活性化って、どうなることなのかということは、なかなかみんな説明できないかと思うんですが、私の中では商店街活性化というのは、一つひとつの商店が連携して、荒利を確保できる、後継者問題であったり、次の投資のお金であったり、そういうものがきちんと確保できるお店をたくさん集めることだと思うんですが、そういう面では商店が潤うことが商店街の活性化だと思っているので、そういう面ではイベントとか、そういうことを打つ内容としても、個店の魅力をうまく引き出すような施策というのが、すごく大事ななと思います。

○知事

なるほど。どうぞ。

○参加者

私も同じように商人塾に参加させていただいて、講義でのことをまず試してみるというところから始めました。顧問の講師の先生には、中が見えるようにしましょうと。本当にアピールするには外ではなくて中ですよということで、毎日、外に立ってお店を見ているうちに、以前取り付けたカウンターはいらないなど。だから取り外しました。

そのうちにそれを外したのがきっかけかどうか分かりませんが、お客さまが入って見たかったんだよね、ということ私に言って中に入ってきていただいて。

○知事

カウンターがあるのは、かえって邪魔だったんですか。

○参加者

そうですね。私、外から見て、あのカウンターは邪魔だなというように思った。

○知事

中のカウンターが外を向いているんですか。

○参加者

外に向かってケーキを食べるカウンターをつくったんですが、そのカウンターを外して、中をしっかり見えるようにしました。

毎日、外に立って、自分の店をお客の目で見るということを習慣にして、それをすることによって、前を通るお客さんが私のお店を見ていただいているか。通過する3秒の間に見えていただけか。見ていただけないのは、きっと風景になっているんだなど。昨日見たものと何も変わっていないお店だろうと。そうではなくて、毎日何かを変える。そうするとお客さまの顔が今度、自分から反応していただける、それを繰り返しているうちにお客さまが今度は中に入ってきていただける。お菓子はむしろ、今はこういう時代でお菓子がすごく興味が高い分野なんですけれども、中に入って今度買ってみてくれる。あとは年配のお客さまがいらっしゃるので、ベンチが置いてあります。どこのショッピングセンターの前にも、ベンチが確かにあります。ただ、どこにあるか。大体エスカレーターの脇の余っている場所。そうではなくて、うちはお店のいい場所にベンチを置くようにしています。そうすることによって、お店の販売の女性とか、同時にほかにあとから

入ってきたお客さまとか、知らないうちに会話をすると。最後にお客さまに言っていただけるのは、久しぶりに買い物が楽しかったよと。ショッピングセンターも便利だけれども、ショッピングセンターで言葉を話したことはない。これが楽しいから商店街へ来るんだよというお言葉をいただいて、励みにしています。

○知事

カウンターが外に向かってあるというのは、なんで入りにくいんですかね。

○参加者

お店を2つに割って、空間を割っているような形になってしまった。ちょっと時間が経ってからまた取り付けてみて、お客さんがどんな反応をいただけるか見てみたいと思います。

○知事

日々の工夫というのはどんなことがあるんですかね。

○参加者

基本的には、表に貼り物はしない。どこかの商店街と銀座のお店の1つの違いというのは、店の前に貼り物があるかないかということだと思います。ブランドとしてちゃんとしているところは、大抵貼り紙がない、必要ないんです。

では田舎に帰って商店街を歩いたら、やたらめったら紙が貼ってある、その紙を見るんですよ。皆さんお店を見て、東京で買い物をされる方たちというのは、別に貼ってあるものを見るわけではないんです。中にある商品を見る。だから基本的には絶対、貼り紙はやめようと。それをすることによって、かえって貼り紙を貼ってない商店というのは、逆に新鮮になっていると思うんですね。まずそれをやって。あとは中の商品をちょっと動かす。アイテムも増えたりはしなくても、中の商品のセッティングを変える。あとは小まめにその売りたいものをディスプレイする。

私どもの2階は以前レストランをやっていて、そのレストランの階段を取り外すことができなかつたんです。だから、その階段を隠そうと一生懸命、努力をしたんですが、講師の方に来ていただいて見てもらうと、階段を隠さないで、生かしましょうと。そこにテーブルを置いてディスプレイする。

○知事

そうですか。日々工夫ですね。そうですか。

いかがでしょうか。

○参加者

今まで皆さんおっしゃったことと、私もほぼ意見が同じなんですけど、1期、2期商人塾に参加させていただき、自分の店を自信を持ってPRできる、そういうことに気が付きました。また近所であっても、うちの商店街の仲間でも知らない店が非常に多かったということが、一番気が付いたことです。ということで、商人塾をやって、ほかの店の紹介をしながら、そして連携を取りながら商売しているということは、やっぱりこれからの時代は地方商店街の一番重要なことではないかなと思っております。

あとは県でも市でもイベントはいろいろするんですが、イベントをしたとき

て、実は営業の成績は良くないです。大好き祭りにしろ、七夕にしろ、かえって少ないですよ。

○知事

何のためにやっているか分からないようなものですね。表に人が歩いているだけということですね。

○参加者

そういうような感じがします。だから、できれば今まで1期、2期やった、この商人塾というのを、もっと続けてやっていただければ、もっともっと輪が広がるし、仲間も増えて、商店街も点から面へといくんじゃないかなというような気がするんです。

○知事

これはもう魅力ある店舗があればお客さんは来ますからね。

○参加者

結構、常連が増えました。常連客というのは、やっぱり魅力がなければ常連、リピーターも増えません。

そしてやっぱり客との触れ合いが大事かなというように思います。やっぱりショッピングセンターでは触れ合いなんていうことはなかなかできませんから、うちの商店街の強みというのは、そんなところかなと思いました。

○参加者

中央商店街に比べて、私ども駅前で1軒だけなんですけど、皆さまがそれぞれを紹介して連携を取るという中で、やはり経営者、店主を知らないとお客さまに「あの店はこうだよ」と、あるいは「こんな商品がおすすめよ」というふうな話もできないし、そんなふうな観点から第2期の、今年の商人塾に参加しました。

そういう中でいろいろな皆さんを知り、そして皆さんのお店を見て、また入って、それを自分のお店ではどうかというようなことで、共通点は、やはりお店のハザードをいかにシンプルにお客さんに見ていただけるか、ということをやりました。その中で特に平和通りの東側の商店街なんですけれども、アーケード内はよくお客さんが言われるんですけれども、ほとんど同じ店が軒を並べていますから、特徴がないので、すーっと通り過ぎたり、目的があっても、後戻りをしたりとかというように、なかなか分からないと言われるんです。

その中でハザードがいかに大事かと。またその3秒の中でいかにお客さんが振り向いて、うちに来てもらえるかということで、またそんな勉強をした中でやはり看板を、時間帯で替えてみるとか。

○知事

看板を時間帯で替えるんですか。

○参加者

いわゆるお勧めのポスターという看板ですね。そうしますと、朝は朝のモーニングをやっていますよという文字のビッグポスターを出して、お昼はランチをドリンクセットでやっていますよと。ランチにサンドイッチもPOPを全面に出して、あるいは夕方3時のおやつときはデザートを中心にアピールというよう

な形で、それ以外、できるだけいろいろな貼り物とか、そういうものは除去して、お客さんが振り返ってみる、それが見えるよという形で、勉強した成果を今、実行しているというところでもあります。

また皆さんを知って、1年間というスタンスで毎月1度、顔を見せるだけでも、だいぶ人を、人間関係が様になって、いろいろなことがお客さんに対する接客の際、役立っていると。

○知事

どうですか。

○参加者

先ほどから話がでています商人塾。一体これは何なのかということで私も興味がありましたので、1期、2期と参加させてもらいました。

各商店の方々は非常にしっかりとした考えを持っていて、先ほども話がありましたように、自分たちの店をちゃんとしない限り駄目だという思いでいらっしゃるし、また、どこの県でもどこの市でも同じような問題を抱えているということがよく分かりました。私は、若い人をとにかく街中に1週間でも2週間でもとどまらせることで、その効果は大きいのではないかなというように思っております。学生さんたちのエネルギーを大いに感じながら、意見を出してもらうこととか、商店主がどのくらい頑張っているかということ、やっぱり理解してもらうことがいいかなと。

もう1つ気が付いたんですが、各商店の歴史というか、いつごろ創業したでしょうかとお聞きしましたら、何と江戸時代からのものが多いんですね。やっぱりこの商店街が栄えているということは、それなりの意味があるなと、そんなように思いました。

だから今ここへ集まっている方々の店も、たぶん創業80年以上ですね、そういう方々が後継者で頑張っておられること、素晴らしいなと。

○知事

やっぱり伝統があるということは、大したものですよ。やっぱり先祖に責任がありますからね。やっぱり根性がある。

さて、では若い人たちは今話を聞いてどう思いましたか。それぞれの店の努力というのは、いろいろと今、表していただいたわけですが、あるいは皆さんは甲府の中心街の活性化に貢献されて、努力してくれているわけですが、中心街の商店街を見て、どう、それぞれ考えを・・・。

○参加者

私は今、大学4年なんですけど、1年生のころから甲府中心街のほうでイベントとかさせていただいて、一昨年は銀座通りだったら、春日通りだとかというのを1年間、毎週、ゴミ拾いをしていたんですね。

その上で今、それぞれの店舗の方が外観であったり、内装であったりを、よりお客さまにという形で改善しているということを知って、また行ってみたいなと思いました。あと気が付いたんですが、お客さまって必ず足元を見ずに買い物をしないんですね。必ず何か段差があったら、足元を見ると思いますが、私はその

ゴミ拾いを経験したことから、すごく連携しているのであれば、その地域をよりきれいにするという必要なんじゃないかなと。せっかくお花も植えてありますし、そういうことをより生かせる連携ということも、必要なんじゃないのかなと思います。

○知事

なるほど。はいどうぞ。

○参加者

自分自身、宮城県の仙台市出身なんですけど、正直この甲府の商店街というものに、あまり足を運んだことがないんです。山梨出身の友人に、甲府のどこで服とか買ったりするのと聞くと、東京だとか神奈川だとか、そっちのほう、静岡とかに行っていて買っているみたいなんです。

今こういった商品というのは、本当にインターネットとかすごい栄えて、流通産業とかも、そういったツールがいっぱいありますので、本当にショッピングというのは簡単にできるところで、今、甲府の商店街に若者に来てもらえるような、そういったファッションとか服とか、そういった東京とかみたいにするのではなくて、やっぱりせっかくこういった地域に根ざしたお店が、今聞いていて本当にたくさんあるように思いますので、まず今、求められているのは、たぶんこういった、その土地に行くと、何か人とお話をすると、何か気持ちが温くなるなとか、またあそこの町に行くと元気になるなとか、そういった何かスポット的なものが1つあれば、また行きたいなと思うんです。

なので、そういった今、商店街の方々が本当に連携し、密に触れ合いながらまちの活性化に情熱を注いでいるんだなというのがよくわかったので、そういった情熱のところを、学生たちにはまだ響いていない部分がたくさん、正直なところあると思うんですね。なので、そういった学生たちにも商店街が今、熱くなっているんだぞというものを、どんどんPRしていただきたいなと。

1つ質問なんですけど、この商店街を活性化なさっていることは、すごく分かるんですけど、実際に年齢層のターゲット層というのは、こういった年齢層が多いんでしょうか。

○参加者

うちとしては全体ですよ。小さいお子さんからお年寄りまで。どちらかと言えば、お年寄りが結構多いという感じがしますが、ターゲットは子どもからお年寄りまで。

○参加者

失礼ですけれども、何をなされている方ですか。

○参加者

いなり寿司。

○参加者

いなり寿司とか、そういった子どもさんとかも、今キャラ弁みたいな感じで、いろいろと何かそういったかわいいキャラクターの、ちょっと違った何か思考を凝らしてやると面白いですよ。

○知事

どうですか。

○参加者

今、お話をさせていただいて、私たちイベントを主に打つ側として、中心街に足を運ばせていただいている、イベントがある日は売上が少ないというお話を聞いて、ちょっとがっかりではないですが、でもそういう現場の生の声を聞かせていただくと、イベントを考えるのにも、次の段階に入っていかなければいけないと思っております。ただ、外からパッケージを持ってきて、フィールドを中心街で使わせてもらってという時代ではなくて、つくる過程のときから地元を巻き込んだ、つながりが密なものを作っていかなければ、本当の意味の地域おこしはできないと感じました。

お話を聞かせていただいて、すごい強固なつながりが店主さんの間でできていることを聞きまして、とてもうれしく思ったのと同時に、あとはいろいろな世代、いろいろな団体とのつながりを広げていければ、この輪がどんどん連鎖的につながっていくのではないかと感じて、その触媒のような役割を私たち学生が担えたらなと思いました。私たち一人ひとりの力は小さなものですが、集まったパワーは大きなものですので、爆発力なんかを・・・、ちょっとこっちを利用してもらって全然構わないので、お互いに相乗効果でよくこちらも勉強させていただけますし、おこがましいですけれども、そちらもちょっと盛り上がりしたら、とてもいい相乗効果が生まれると思うので、ぜひ若者も活用させていただいて、こちらも勉強させていただいてと、いろいろな相乗効果が生まれればいいなと思えました。

○知事

本当に学生の皆さんも何か役に立ちたいと思って、いろいろとやろうとしていて、とりあえず思いつくのはイベントだから、イベントをやってみようとか、どうもイベントだけでは、あまり本当の意味の商店街の活性化には結び付かないということが分かって、さあ、ではどうしようかと、こういうことですよ。

○参加者

正直、地域活性化がどうかというのは全然思っていなかったもので、どちらかと言うと、お客さまの意見というのがまだ残っていて、さっき、全然商店街を見ていない、素通りするという話がそうですね。

○知事

確かにそうかもしれませんね。

イベントをやっている皆さん方は商店街を見ていないんじゃないかと。

○参加者

一応、甲府の商店街で行くところは、一応1つだけあったんです。そこでやっていることって、その店員の人と会話をして、どこどこの学生みたいなことができるので、商店街のイメージというものを少し日常に近い感じというんでしょうか、人と交わることができるというほうがたぶんいいと思うんですが、ぜひそこを広げていってもらえるとうれしいと思います。

○知事

さて、一当たりお話を伺って、行政というものはどうしたらいいかと。今までは行政が一生懸命、箱物を建てたり、何かイベントを打ったりとか、かなりの金を使ってやっているわけですが、それはそれでいいんでしょうけれども、しかしどういうことに気を付けたらいいのかということですね。何かいろいろとご意見があるんじゃないでしょうか。

○参加者

さっき言いましたように、イベントをするというのではなくて、やっぱり人づくり、店づくりを重点的にやって。それには、今までやってきた商人塾をさらに伸ばしてもらえば、もっともっと。

○知事

商人塾の話を聞いていると、あまり行政が参加すると、かえっておかしくなりますよね。

○参加者

やはり三者体制の確立ですね。行政と商工会議所と、あと私たち商店主が同じ目標・目的を持って、土俵をまず同じにしていかなないと、意識がそれぞれ異なってしまうと、どうどう巡りになってしまうのかなという気がします。まずは問題点を整理というか、目標をまず、甲府の中心街が10年後、20年後どうなりたいいのかと。どういう姿が一番ユニークで甲府らしくて、お客さんを面白がらせるかということ。そこがまず三者体制を確立というように思いますが、必要だと。甲府市は甲府市で、商工会議所は商工会議所、商店街は商店街でバラバラに今考えて、それぞれ行っている。

たまにそれぞれ思いついたことがあると、ちょっと巻き込んでちょっと何回か話して、物事が立ち上がるんですが、基本的にどういう方向に向いて、今、私たちはこういう方向に向いてやっているんですが、こういう方向がいいよねと思ってやっているんですが、そうするためにも本当は商工会議所と三者でよく話し合う場が必要で、なかなかその時間が定例会で月に1回、何か月に1回、しかも上の人たちが、会長レベルの人たちが集まって少し話をしているところなんですが、やはりもし1つ何かこれがあるとかかなり進むなと思うのは、ものすごく時間がかかることなんですが、商工会議所と市役所、行政と商店街の間を1人時間をかけてぐるぐる回ると、本当に商店街の中でもまた出ればいいんですが、とても時間が取れなくて、行政の中でも本当にそれだけの専念する時間も当然取れなくて、商工会議所もみんないっぱい、いっぱい、だけどみんなそれぞれ仕事をみんなやっているんですけれども、なかなか意見しない。1人、例えばフリーマンがいて、その一つひとつを話し回って、ぐるぐる回っていて、集めて調整する役の人がもし1人いれば、物事は何かかなりいい方向に進むんじゃないかなという気がします。

○参加者

1人で担うのが大変であれば、部署でもいいんですが、それが外部的なコンサルなのか、行政の中にそういう部署ができるか、そのへんは分からないんですが、

今言った問題というのは、窓口が今たくさんあると思うんです。行政もそうだし、会議所も、特に商店街もいくつも商店街がある中で、だから何かやろうと思ったときに、行政の方が言われたんですが、どこに話をしているかわからない。そういう本当に混沌としたものを一度整理するというか、それをするためには何か一つ今言った潤滑油ではないんですが、取り持つ部署というものを確立するのが必要なのではないかなと。

○知事

それは確かにそういう人がいればいいと思いますが、その人はかなり個人的な資質・能力ですね。独特な能力を持ってなければいけませんね。ただ、お役人的な感覚で回ってればいいとはいきませんね。やっぱり情熱があり、アイデアがあり、説得力があり、そういう方がコーディネーターというか、引っ張っていく人でないとだめですね。確かにまちづくりには、そういう人が誰かいるといないで大違いだということはよくいいますね。

何か意見はありますか。

○参加者

商店街というのは、生活のものが買えるですとか、例えば戸越銀座というところがありますよね。そういったところ、あそこへ行くとすべてがそろうというように、そして立地条件も駅と商店街と生活空間ですとか、結局、そうした間に立地があるということで、通る必然性も高いと。そういったものがあるということも重要だと思いますし、あとターゲット、先ほどありましたけれども、ターゲットを絞り込むことで・・・、商品の絞り込みと大体概念は似ているんですが重要だと思いました。

また、若者が、イベント、街づくりに対してどんな貢献ができるか。特に大学生、地元の間人も少ないから、4年後には去って行くという人間がほとんどだと思うので、そういった大学生によって、基本的に中心街を活性化することは無理だと思うんですね。

では大学生に何を期待するのかということなんですが、イベントというとならえ方だと思うんですね。なぜなら、イベントぐらいしかできないので、事業をやりたい。でも学生ですので、学生の本分があることですから、ここにかかわられる時間が基本的に短い、では瞬発力とエネルギーというところになってくると。なので、イベントで人が集まる仕掛けは彼らにつくってもらおう。集まったところで、あとは商店街の店主さんがフックをどうかけるかと思うんですね。どう売り込むのかですね。若者のエネルギーを、そういうふうに活用していただいて、それで一発屋かもしれないけれども、一発屋で結構彼らは毎年、何度も何度も代替わりしながらイベントを打っていつているので、そこが実は若者の本質なのかもしれないですね。それができることを商店街の方々も利用していただいて、人がいるわけですよ、前に。それで、あとはどうやってそこを引っ掛けるのかということだと思うので、そういった役割分担だと思います。

あと、さっき言っていたんですが、今のビジネスというか、物を買うということに対して、商店街と商店街の必要性というものを考えたときに、物を買う自体、

インターネットでもできてしまうわけですよ。でもインターネットだとコミュニケーションがない。だから、そういったものをこの商店街で満たしていくと。

インターネットで一番売りにくいものは「食」なんです。例としまして、ご当地物、売れているものを、最初、楽天でこうやっていたんですね。売れなかったんです、あまり。それを東武デパートヘリアルに持っていった瞬間、爆発的に売れて記録を立てましたね。本当に口に入れるものというのは、実際に見ないと嫌だということなので、というような戦略はあるかなというところです。

あと商店街主さんにちょっとお伺いしたいのは、情報収集というのはどのようにされているのかなど。情報発信ということも確かに重要なんですが、情報収集、時代の流れですとか、その情報収集というところを、どういうふうに行われているのか、その辺を・・・。

○知事

例えばケーキを売れ筋とか、そんなようなことはどうやって把握して、レイアウトを変えたり並べ替えたりという、どうやってやるんですか。

○参加者

まず、人の目というのは、自販機もそうなんですが、ショーケースのどこを見るかというところを左上を見ます。だから売りたいものは左上に置いています。

○参加者

自販機の左上にあるのは売れ筋です。

○知事

そういうものですか。なるほど。

○参加者

自分で売りたいものは、そこに。あとはインターネットを使いながら・・・。

○知事

やっぱりインターネットだね。どういうケーキとか、どういうお菓子が売れるかと。

○参加者

以前でしたら、新作のものはお店の外へPOPをつくって出しましたが、今は買っていただいたお客さまに、小さな、10センチ四方の情報を入れるようにしています。リピーターというか、次に来ていただけるように努力しています。

○知事

ところで、中心商店街の活性化といったときに、やっぱり今日もお話がありましたように、それぞれのお店の自助努力というのは大前提としてあるというのは、そのとおりだなと。それが原点だと、全くそうだなと思いますが、その原点を忘れてしまって、箱物をつくったり・・・。しかし、ハードウェアも大事なんですよ。注目されるんですよ。

例えば、高松市丸亀の再開発なんか、昨日もある人に、あれは素晴らしい、甲府でもやらないとだめだなんて言われたけれども。そういうものはどう、ハードウェアみたいなもの、いろいろな再開発とか、そういうようなことについてはどうですか。

○参加者

知事さんが言いましたように、行政の仕事はインフラが中心だと思うんですね。それは商店街に向けてもそうだし、それから市民に対してもそれは共通に認識されている。

甲府駅から下りてからの導線を調べますと、昔の西武デパート、内藤セイビドーのところを通過して、やっぱり中心商店街まで来ているんですね。ですから中銀と岡島の間を通りながら、今のオリオン通りですね。大体そうしてこちらへ来るという筋が、相当、購買からいっても大体、足が動くんです。そういうところを、歩行者中心に動くような、そういうことが県や市の施策の中で仕組んでいただくと。例えば学生、そういう人たちが歩くときに、こんなことをできるかどうか分かりませんが、感応式の信号機、あれを少し長くする。岡島から春日モールへ入る信号は非常に短いんです。ですから、そういうようなことも考えると、若者を取り込んでいく余地もあるように思います。

○参加者

街並み、かなり舞鶴公園、舞鶴城が整備されて、また将来的には南のスクランブルから全景が見られるという中で、甲府駅前を下りたときに、お客さまからよく言われるのが、舞鶴公園ってどこにあるのかと、非常に多いんですね。せっかくあそこまで整備をした、財産がある。それと商店街と何か1つのテーマ、例としては城下町的な、そういうような街並みを通してオリオン街に向けて中央商店街に行くと、楽しく歩いてショッピングが楽しめるというような流れができないかというような希望は持っています。

○知事

舞鶴城と中央商店街と、なかなか難しいですね。

○参加者

北口の再開発している中に、ちょっと時代的なスペースが、エリアができるようなことを聞いているんですが、そういう形と舞鶴公園のお城的なイメージと、それに合う、例えば長野の桜の名所、高遠の街並みみたいな、白壁みたいな、あるいはレンガの瓦屋根みたいな軒をつくったような商店街を駅前につくって、その中に地場産業、ワインとか、あるいは織物とか、こういう県産品の商品が軒を連ねるようなエリアがあればなど。国内からの旅行者・観光客、あるいは海外からの観光客も山梨という全体像が、甲府駅前を下りたときに何か分かったら楽しいなと思います。

それには現在、県の防災庁舎および甲府市役所などの建築をしているところですが、その流れの中に一つ住民の力も加わって開発できると面白いかなと。バブルみたいなときに、10階建て、12階建てとかという考え方ではなくて、低層でお金をかけずに、瓦屋根とか、江戸情緒というのはたぶん2階、3階建てでも十分できるのではないかと。それに商店ですから、日よけとかアーケードとか、そういうものも必要だと思いますので、それにトータル的にデザインして合うような形というのは、ちょっと努力すればできるのかなという期待があります。

○知事

甲府の町全体のコンセプトみたいなものですね。城下町的な雰囲気みたいなものを出すというのはどうなんですかね。まあ、城下町的なものは、失われ過ぎてしまっているものだから難しいんですが。

○参加者

まあ、復活というのは無理でしょうね。

○知事

そうですね。丸の内とかに名前も変わりましたしね。

○参加者

それでも丸っきり城下町ふうではなくなってしまいましたね。

○知事

山田町（ようだまち）とか、いろいろありましたものね。

○参加者

横近習町（よこきんじまち）とか、非常に由緒ある名前が消えてしまいましたが、甲府という町は城下の町ですから、本当は、そういう復活ということも必要ではないかなと思いますけどね。観光立県ということであれば。

それで、お城はどういうことを考えているんですか。

○知事

とりあえず25年に国民文化祭がありますから、それまでに鉄御門（くろがねごもん）という、南から一番よく見える、一番上にある御門、それを復元すると、その次はその裏側にあります銅御門（あかがねごもん）を。まあ、何というんでしょうか、天守閣をどうするかはともかく、謝恩塔ですね。

謝恩塔は非常に立派なものなんですけど、あれは甲府盆地の水害の守り神ですけども、昔は韮崎からも見えたんですよ。今はもう見えませんよ。やっぱり甲府全体から見るところにあったほうが、やっぱり水害からの守り神ですからそういう所にあったほうがいいと。お城はお城として整備していくと。

併せて、このお城から南側の、今は駐車場になっていますけれども、あのへんも整備していきますから、そうするとあそこにある東別館とか、それから県民会館ですか、あれは全部取ってしまっただけで、あそこを再開発的にやって、下は駐車場にしながら、上はお城の公園的な雰囲気にしていくというようなことになるでしょうかね。

○参加者

希望として、昔はお城のお堀にボートが浮かんでいて楽しめたんですよ。市民の方も、観光客の方もそうでしょうし、またちょっとお城へ上がると茶店もあつたりして、非常に風情のある、いい憩いの場所だったんですよ。今はなんか殺伐とした状況で何か私たちは勧めるということとはできないんです、観光客に。

○知事

ハード的には5年経てば変わりますね。市役所ができて、それから県庁の新館ができただけで、甲府の南側のあのへんのところが整備ができただけで随分変わりますよね。

そういうことなんですが、併せて今、市と一緒にやろうとしているのが、やっぱり中心を、国体の前に一応整備したんですね。やっぱりもう30年近くそろそろ経つので、やっぱりそろそろ1回、甲府駅前、それからずっと平和通りですね。それから岡島の前あの通りと、あのへん全体として、美観的に見て美しい町になるように、整備をする時期なんでしょうね。そういう時期が30年に1回ぐらい整備が必要なんですね。その計画をしていこうとしているんですが・・・。

いろいろありがとうございました。

やっぱり原点、活性化の原点はそれぞれの個店の元気だと。そしてチャレンジ精神とアイデア、それがまず大前提になれば、行政も駄目だし、そして若い人たちのエネルギーを傾けたイベントも空回りする。そういうことだと思いますね。

まだいろいろ聞かせていただきたいですが、時間が来ましたので、今日はこれで終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

○司会

それでは以上をもちまして、ひざづめ談議を終了させていただきます。