

商店街名：末広町商店街振興組合（瀬戸市）

キャッチコピー

あなたのハレが街をつくる、私らしくが見つかる商店街

◎ 商店街の将来ビジョン（目指す未来の商店街の姿）

◇ 地域の状況（2025年度頃）

瀬戸市では2025年の65歳以上人口が総人口の30%を占め、高齢化が進む。一方で30代の住宅一次取得者においては、市外からの転入超過が生じ、子育て世代の定住の場として注目を集める。商店街は、高齢の店主が多く、深刻な後継者不足がおきつつある。



◇ 商店街の姿

マルシェや祭事は車での来街を想定していることから、近隣の名古屋、長久手、尾張旭を含めた4市（車で30分）を商圈と捉える。子育て世代が安心して子育てができる街、手軽に非日常（ハレ）を楽しめる街。全蓋式アーケードを活かし、天候に左右されず、多世代が気兼ねなく楽しめる商店街となる。

◇ 地域の状況（2030年度頃以降）

瀬戸市では2030年の65歳以上人口が総人口の32%を占め、高齢化がより進む。商店街の店主の高齢化がさらに進み、世代交代と新規出店しやすいインフラづくりの重要性が増すと考えられる。同時に商店街組合の役員も高齢となり、マルシェや祭事の運営の担い手不足が懸念される。



◇ 商店街の姿

マルシェや祭事、日々の買い物を通して、地域の方とコミュニケーションを取ることができ、非日常（ハレ）も日常（ケ）も過ごすことができる街。マルシェや祭事をきっかけに商店街への出店を促す。小さくチャレンジすることで若い世代が出店できるようになり、持続可能な商店街となる。

◎ 未来の商店街の姿に至る方法（プロセス） 【構想計画期間：2022年度～2025年度】

愛知工業大学と連携し、地域のリサーチを行う。また、自治会と連携し、地域住民のアンケートを実施。商店街の課題とニーズを抽出する。商品を販売することを中心とした商店街から、マルシェや祭事、子ども商店街などの体験を中心とした商店街へと自己変革することで、商店街のファンを増やす。また、イベント時にGoogleフォームを使ったアンケートや、ハッシュタグキャンペーンを行うことで、若い世代の意見も積極的に集めると共に、フォロワーを通じたP2Pの情報拡散（末広町商店街振興組合からの直接的な情報発信ではなく、知人からやSNS上でのリアルタイムかつ信憑性のある情報拡散）によるさらなる商店街のファン増加を目指す。単発のお祭りなどのイベントだけでなく、定期的にマルシェを開催し、小さくチャレンジすることを促し、新規出店者が育つインフラの検討と整備を行い、持続可能な商店街を目指して「あなたと一緒に、これからの商店街をつくる」というコンセプトを打ち出す。

◎ 実行体制

(1) 未来プロジェクトチーム

構成：若手店主3名を含む計4名

(2) 地域プラットフォーム

名称：せと末広町商店街これカラボ

目的：商店街の歴史や慣習、地域住民の課題のヒアリングを行い、多世代が連携して末広町商店街の将来ビジョンの実現を目指す。

参画：店主、市町村、地域住民、学校

◎ 想定・把握している「商店街に対する地域ニーズ」

「せと末広町商店街これカラボ」での意見交換において、子供がイベントの主体となる子ども商店街やアーケードを使ったビアガーデン、パブリックビューイングなど大人も子供もワクワクできる体験型の企画がニーズが高いことが分かった。また、近隣に飲食店が少なく、休憩できる場所や食べ歩きできるようなグルメの要望も多かった。また、商店街店主のアンケート結果から、商店街ならではの人のつながりが資源という意見が多く、地域の方と店主が交流できるような企画が求められている。