

表町魅力発掘新聞

編集：山陽学園大学地域マネジメント学部1年

私たちは、地域実践の活動で「どうすれば表町商店街に若者が来てくれるのか」について、ソバラ屋とありがとうファームと桃太郎商店にインタビューさせていた。そこで、若者を表町商店街に呼び寄せるためにどのようなことをしているのか調べた。

商店街の現状

現在、商店街を利用しているのは、ハイエイジと呼ばれる40歳代～50歳以上の方である。

一方、ティーンと呼ばれる10歳代や20歳代前半の人はあまり訪れていないことが分かった。SNSでさまざまな情報を発信しているが、若者にはあまりうまく伝わっていないようだ。

若者に伝えたい商店街の魅力

ソバラ屋さんが考える商店街の魅力は、商店街は車が通ることが少ないため小さい子供と安心して買い物ができるということである。また、商店街には専門店が多くさまざまなニーズに答えることも魅力であるとおっしゃっていた。

ありがとうファームさんでは、オランダ通りに若者が経営しているお店が多く、経営者にファンがつくため若者が集まる、とおっしゃっていた。



まちゼミについて

私たちは、前期に三香堂さんと長谷川楽器店さんを訪れた。この二つの訪問先での質問結果から以下のことが分かった。

まちゼミをすることで商店街のお店に入りやすい印象を与えることができるということ。まちゼミを行う上で売りたいという気持ちを抑えて「買いたくなるまで我慢しよう」という気持ちを持つことが大切であるということ。

商店街の人の努力

若者を呼び込むために、桃太郎商店さんが行っていることは、「大当たり」というラーメンを作り、当たるとラーメン2杯プレゼント。ただ食べてもらうだけでなく、同時にワクワク感を与えられるようにしている。

また、ありがとうファームさんは小学生を呼び込むために、ソバラ屋さんは商店街にたくさんの方が訪れるように多くのイベントを行っていることも分かった。



今後の商店街のあり方

ソバラ屋さんの矢部さんに話を聞く中で、今の商店街のイベントや新しくできる市民会館に連動して、活性化策、町づくりを進めていることが分かった。今後行うイベントなどで若者を呼び込むためには、若者の意見を取り込む必要があるだろう。

大学生と商店街の人との共同イベントを行うことで、人と人との絆も広がり、今以上に若者が足を運びやすい商店街になるだろう。

まとめ

今回、若者が来やすい商店街というテーマで地域実践を行ったが、商店街の現状として商店街を利用している年齢層は高く、若者はあまり利用していないことが分かった。

商店街としては、若者の顧客を増やすためにSNSの利用やイベントを開催するなどの取り組みを行っている。

今回の実践で、商店街の魅力や商店街の人たちの努力を知ることができた。このことをより多くの若者が知ることができれば、商店街は若者があふれる活気ある商店街になるだろう。