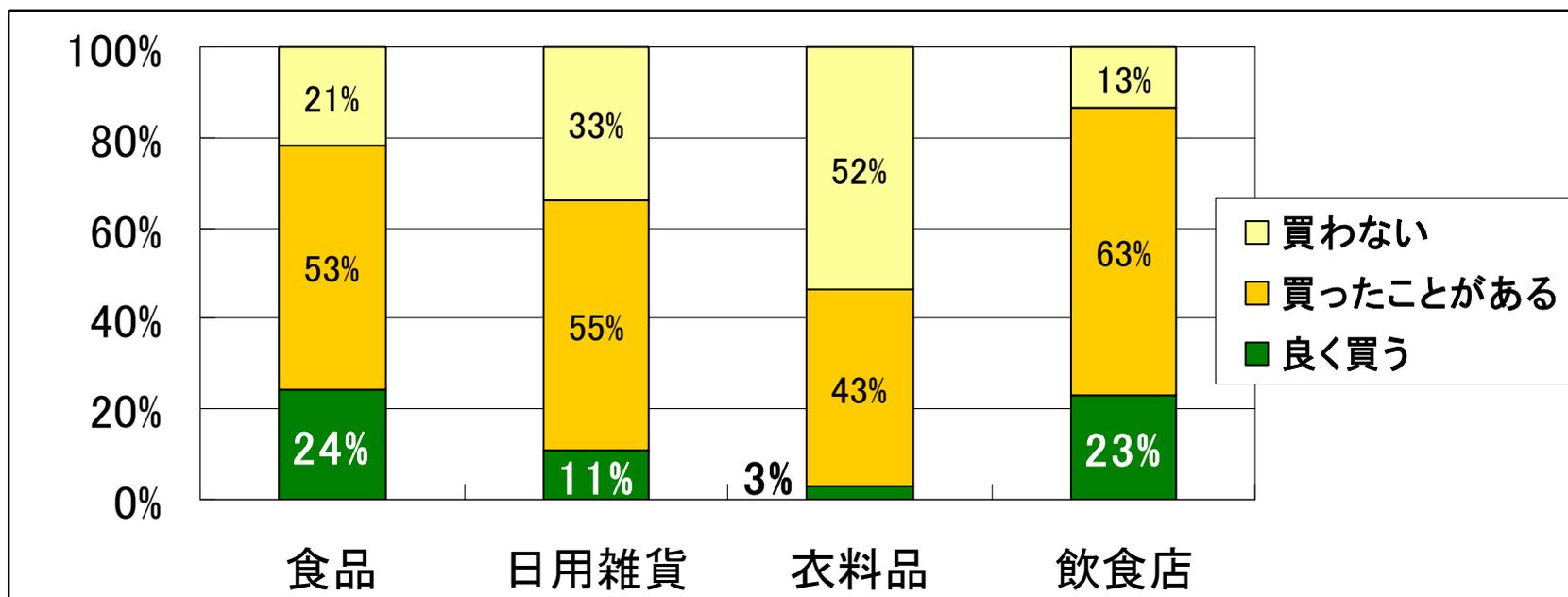




# 新規住民の商店街利用状況

・以下のものを買ったことや、利用したことはありますか？

(平成24年12月実施アンケート 対象200世帯 回答数75)



商店街で、よく買う人の割合は**15%**

もしも、現状のまま災害時や車  
が乗れなくなったら・・・

- コミュニティがない

→ 災害時お互いに助け合えない  
孤独死の可能性

- 徒歩圏に買い物できる環境がない

→ 買い物難民化

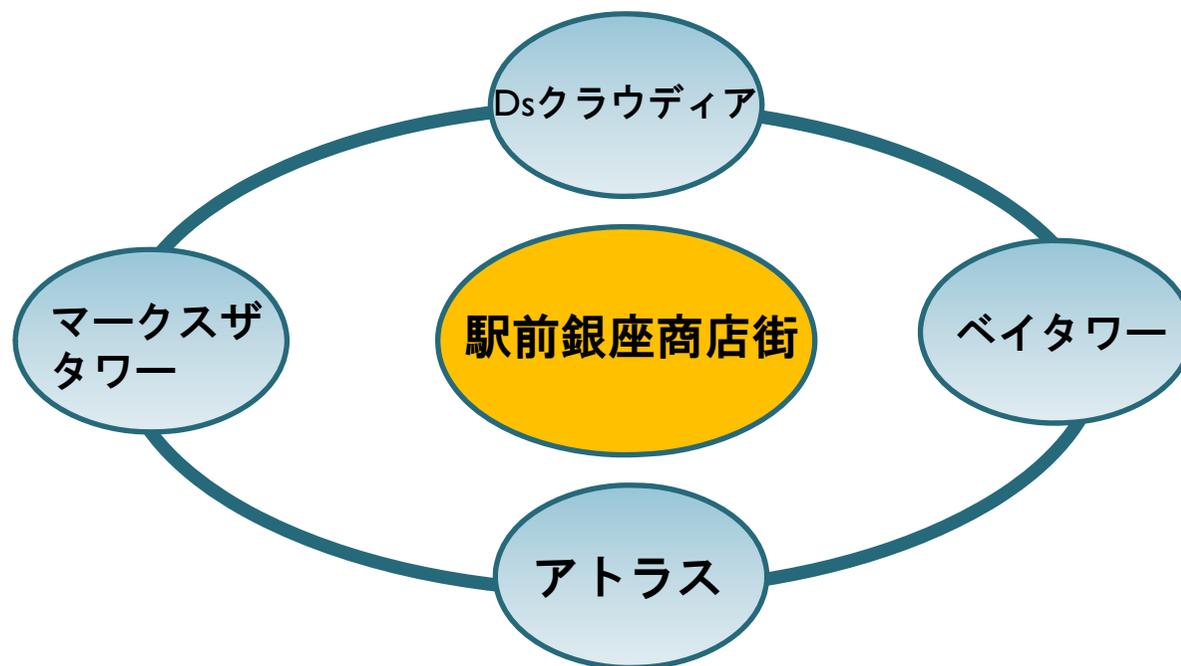
# 仮説

コミュニティづくり、  
日常的な買い物の場として  
マンションの住民にも  
商店街を利用したいという  
潜在的ニーズはある！！

**2年後に  
商店街でよく買う割合  
15%→30%**

# ①交流会で 商店街とマンションをとりもつ！

商店街組合と4棟のマンション理事会の協同を図り、定期的な交流会の場を提供する。



## ②マンション住人サークルで 商店街と住人をとりもつ！

「料理教室」「手芸部」  
「スポーツクラブ」など、

住民主体や店主主体で  
4棟のマンション住人と商店主が  
参加できるサークルを作る。

### ③起業家と商店街をとりもつ！ 「Seedmarket」

- 清水駅前銀座では、肉・卵を扱う店や、カフェ・本屋など滞在できる店舗がないことが住民に指摘されている。

欠損業種についての、  
起業家の種（seed）を  
アーケード空間に結集  
させた市を、住民と  
共に企画する。



<例>

熊本市で行われたSeedmarket  
新規店舗の開発を目指している

# 提案によって達成されること

- 4棟のマンション住民同士のコミュニティの強化による災害時協力体制
- 住人が商店・商店主を知ることによって商店街での買い物がより身近になる
- 住人が、地域づくりに主体的に参加できるきっかけづくり
- 新規店舗の誘致
- 住人のニーズが顕在化
  - 商店主に気付きを与え、接客・品揃えの変化