

令和4年度第1回 静岡市商業振興審議会 議事録

- 1 日 時 令和4年7月22日(水) 15:00~16:30
- 2 場 所 静岡市上下水道局庁舎7階 71会議室C
- 3 出席者 [委員]伊東委員、岩崎委員、落合委員、片山委員、柴山委員、新谷委員
鈴木委員、田中委員、中村委員、山梨委員 (五十音順)
※石川委員、山田委員は欠席
[事務局]大村経済局次長
商業労政課:平尾課長、横田係長、宇佐美主査、渡部主任主事
- 4 傍聴者 なし
- 5 議 題 議事「商業振興基本計画の改訂について」

6 会議内容(要旨)

【事務局】

資料1~3により説明

【岩崎会長】

- ・これから人口も減っていく中で「数を集める」という発想はどうなのか。結果的に集まるならいいと思うが、数を増やすという発想はどうなのか。数が減ったから、今度は質を向上させていこうという、まさに山梨さんがやっている、非常に付加価値の高いお店でお客様が集まるまちづくりが良いのではないかな。
- ・新規のお客様も大切だが、大切なものは足元にある。地元の人を大切にして、地元の人が繰り返し利用し幸せになるという発想が必要ではないかな。

【山梨委員】

- ・人宿の通行量は資料を見ると少し上がってきている。数は少ないが、全体でここだけである。人口が減っているなかで、数は求めなくてもいいと思う。
- ・力のある店が一通りにあれば、来た人も楽だと思う。昔の百貨店のような、何でもあるというのは家族連れにはいいかもしれないが、中心市街地はターゲットが違うのではないかな。
- ・ご飯やお酒といったおいしい店が一通りにあればいいと思い人宿を作っている。それに共感した店主やお客様が集まってくるというブランディングをしている。

【岩崎会長】

- ・ロードサイドの役割と中心市街地の役割は違いをつけていく必要がある。
- ・お客さんに「良いね」と共感してもらえる“らしさ”のようなものは大切だと思う。

【新谷委員】

- ・商店街の理事として、店主として、できるだけ地元の人にどうやったら来てもらえるかということを考えている。清水駅前銀座商店街はアーケードもあるため、車では不便だが、徒歩だと来やすい。そのため、コミュニティとしての役割を考えている。
- ・商店街には日常的なお店がまだまだ残っているので、アーケードを上手く活用して地域の人が気軽に来られる場所にもっと力を入れていきたい。そういうニーズを実際感じている。車が通らず安全なため、ベビーカーを引いているママがよく歩いている。こういった方たちに対して、スーパーとは違い、個店は密着して接することができる。そういった切り口でまちづくりをしていきたい。
- ・良いお店にプラスして今ある状況の中で来やすい店であることを伝えていくことが大事。店主たちが高齢化していて情報発信が苦手な人が多い。良い技術を持っていて、来てもらえると意外と満足度が高い。そういった情報発信の部分と、コミュニティとしてのまちづくりというものを考えていくべきだと思っている。

【岩崎会長】

- ・地元の人に使ってもらおうということで「歩く」ということは逆に売りになるかもしれない。イギリスに行った際、大型店ができたときに生き残っているところは、車を排除しているところだった。「歩く」「安心」というところは商店街の強みになる。
- ・「コミュニケーション」や「人と人のつながり」といったところは、今回の計画にある「コトづくり」に繋がる部分だと思う。アメリカではコミュニティの核として個性のある小さな本屋さんが増えている。人を集めるには個性が必要。小さい方が個性を出せる。そういったコミュニケーションの部分も計画に入れてほしい。

【田中委員】

- ・私もそうだが、子供が小さいと車で出かけて行きやすい店に行きがち。ある程度ロードサイドに流れていくのは仕方がない。それに対して「中心市街地や個店は何ができるのか」という着目点は概ね賛同できる。
- ・私は愛知出身だが、最初に静岡駅を降りて静岡らしいもの、静岡の魅力を探したときに何も見つけられなかった。今となっては食べ物や伝統工芸、芸術等色々あるのはわかるが、中心市街地、商店街に出かけて静岡らしさを感じるものが無かったし今でもそうではないか。
- ・茶町は駅から遠く、駅でお茶の匂いは感じられてもどこに行けばいいかわからない。伝統工芸や歴史も静岡市の資産の一つであると思うが、それも中心市街地には目立つ場所に存

在せず、なかなか気づかない。そういった魅力あるお店を掘り起こし、情報を整理し、市内外の人に対して発信することが必要だと思う。

【岩崎会長】

- ・「らしさ」というのはまさにブランドなので、「静岡らしさ」といったときにイメージが浮かぶことが必要。「北海道らしさ」「沖縄らしさ」のように、イメージが浮かぶようにしなくてはいけない。この方向で作っていくというものが無いとなかなか難しい。
- ・情報発信も大事になってくる。匠宿は見せ方ややり方を変えることで、同じコンテンツでも人が集まっている。キーポイントはなんだったのか。

【山梨委員】

- ・雇用はほとんど変えず、まずは見せ方を変え、それから自分の意見が通るように意識改革をした。また、各工房にプロフェッショナルを置いた。何をやるにしても「人」が大事。店はその店主がその店をやりたいという想いが無ければ、いくらシステムが良くてもダメになってしまう。

【中村委員】

- ・重点プロジェクトの静岡ブランドに興味がある。食での打ち出しも分かりやすくいいと思うが、花屋として、静岡は花のまちでもあるので、花でも何か関われないかと考えたときに、静岡市発祥の御花印帳という御朱印巡りの御花版がある。当初は花屋だけだったが、現在はカフェとのコラボや、神社仏閣とのコラボもできている。毎週県外から来客があり、東照宮のような観光地とのコラボも始まる。こういった取組ともコラボできたらうれしい。

【岩崎会長】

- ・計画のなかでも「連携」の視点がある。連携の視点でも具体的にこういった連携があるという事例が必要になる。コロナ禍でリラックスしたいという目的で花を買う人が最近増えてきている。お茶も同じでリラックス。リラックスつながりで連携をつなげていくと「静岡のブランド」ができてくる。
- ・単に「食」だけでは北海道に勝てない。「食」と「お茶」の掛け算のような発想が必要になる。ぜひシンボリックな取組として発信してほしい。

【柴山委員】

- ・東海道で宿場印が動き出している。これは2025年の大阪万博の時に東海道がつながってくればいいということをイメージしている。静岡市も日本遺産に加え、大河ドラマ、歴史博物館と、駿府城中心の動きがあるので、御城印×宿場印、そこに御花印があれば、追い風と

して駿府城から地域・宿場・個店とつながるのではないか。

- ・日本遺産「駿州の旅」の取組で「駿州堂」というプロジェクトを実施している。日本遺産は元々東京オリンピックに向けて訪日外国人をもてなすツーリズムのスポットとして選定されており、これ以上増えることは無い。ライバルが増えることが無い中で、商売に繋がってこないとせっかくの日本遺産が廃れてしまう。そこで、今回、信金から呼びかけをして、東海道地域を一つの商店と見立てて、「駿州堂」として、「飲食（お土産）」と「食の提供」の2つを実施している。いずれは匠宿や花も展開していけたらと思う。デザインも洗練されていて、「静岡らしさ」を感じることができる。

【岩崎会長】

- ・日本遺産は静岡らしさを強調できる。この旅は地元の方も参加できる。長野の人も行きたいという人が多く、地域に関心のある方が興味を持っている。静岡の食や花と融合していければ素晴らしいと思う。
- ・丁子屋さんのとろろのように、個性やテーマを絞ったほうがお客さんが来る理由になる。全国で「食」をテーマにしている地域はたくさんあるので、そういったテーマを縛ることも参考にしたい。

【落合委員】

- ・まちづくりをどうするかという「How」の部分はよく議論されるが、まちづくりのビジョンについては、誰に聞いてもわからない。まちづくりは、ビジョンと取組とKPIがあって初めて計画として成立する。まちづくりのビジョンについて、ベンチマークしている都市はあるのか。京都、金沢あるいはディズニーランドのような、わかりやすいキャッチーなビジョンがなければ、この話は5年10年経っても変わらない。
- ・微生物学の方と話をしたとき、長生きする方の腸内細菌は、強い良い細菌がたくさんいるわけではなく、多様性があるということを知った。これはまちづくりにも同じことが言えるのではないか。お店の多様性、例えば、店主の年齢層、性別、コンテンツのような多様性の数をKPIにできると面白いまちになるのではないかと思った。

【岩崎会長】

- ・ブランド作りの最初のステップは、まず理想の姿をつくる必要がある。私のイメージはお茶だが、言葉にして共有するということは大事である。市で具体的なイメージはあるか。

【事務局】

- ・計画ごとに目指す姿が乱立しているのは事実。色々あるがゆえに絞り切れていないのが現状なので、持ち帰ってまた考えたい。

【岩崎会長】

- ・ベンチマークも大事だが、違うことをやるという発想も必要。静岡はどのような街を目指すということを共有することが大切。ぜひ言語化してほしい。
- ・多様性を数値化するのは面白いと思う。アマゾンだけではつまらない。多様性を評価するのは良い。

【青野委員】

- ・鷹匠は最近人が集まってきているが、日曜に店は閉まっているし、地元の人がよく店に来ているわけではない。お店の形態もターゲットも今までと変わってきているのではないかと。
- ・商店街についても、例えば駒形の商店街と鷹匠は役割が違うと感じる。計画の中で、それぞれのお店や商店街、大型店といった個々のコンセプトをどうやって考えていくのかを事業計画に落とし込んでいってほしい。また、ビジョンを統一することは必要。

【鈴木委員】

- ・まちに買い物に来る人が減っているなかで、それでも買い物に来てもらう方法を考えるのは難しい。どうしたらいいかと考えたときに、観光のように県外、海外から人を呼ぶことで、市全体を活性化させていく必要があるのではないかと。そういったときに、部局の垣根を超えて静岡を売り出す全体的な「テーマ」があれば、まちのイメージが色濃く出るのではないかと。
- ・個々のお店の個性も大事だが、分野を超えて静岡全体で生き残るという考えも持ったほうが良い。自分の意見が具体化するような環境があれば、自分事で考えることができる。そういう環境を作り、静岡全体で盛り上げていかないといけない。

【岩崎会長】

- ・今回の計画でも「連携」という部分が入っている。ぜひ市を挙げて連携を考えてほしい。観光は業種ではなく「宿泊」「飲食」のような業種の掛け算である。駿州の旅のようなものは良い連携の形だと思う

【伊東委員】

- ・清水はこれから港が整備されていく。観光は昔から産業としてあるが、1、2時間でバスで行ってしまう状況で、現在も大して変わりはない。アミューズメントパークのように1泊2日でエリアを散策してもらえそうな場所になればいい。
- ・商店街はコミュニティの要素で取り組んでいきたい。子育て中のママは、ドリームプラザが混んでいるときは、商店街を利用してくれている。他にも受け皿となるような、例えば子育て中の方が憩える場所を増やしていければ良い。港の開発に乗り遅れて商店街が取り残されないようにしていきたい。

- ・七夕まつりは3年ぶりに何とか開催できた。商店主の高齢化等もあり、最盛期と比べて竹飾りが半分くらいになってしまった。そのため、実行委員会形式にして、商店街の祭りから市民の祭りへ変えていきたいと思い取り組んできた。今回はドリームプラザとのコラボ、東口公園での露店出店、中部横断自動車道沿線の県との連携等の取組も行った。とにかく周りを巻き込んで、市民が楽しめる祭りにしていきたい。
- ・一方で、七夕まつりのような大きいものだけではなく、日ごろ商店街に来てくれるお客さんが楽しめる取組を小さくてもいいからやっていきたい。

【落合委員】

- ・松坂屋は、今回のリニューアルで全国から視察に来ていただいている。その人たちから、静岡市は不親切なまちだと言われる。「何をしたいのか」が全く見えていないと。駅から松坂屋にどうやって行ったらいいのか分からない。また、駅から降りた先にあるゴールデン地下街が寂れていて、中核都市でこんなに寂れた地下街の都市は無いと言われ、あの地下街が県外から来た人の第一印象になっていると初めて気が付いた。静岡市にとって相当なマイナスである。
- ・静岡の後に三島に行く人が多い。鰻を食べに行くといった、ある程度ブランディングができていいる食があると、少し帰る時間を延ばしてでも行きたいという人が多いことが分かった。

【岩崎会長】

- ・初めて来る人の指摘はとても重要。まちの顔になっているということで地下街の改善も必要となってくるかもしれない。国道も車が優先になっている。車が下になって歩いて松坂屋に行ける方が良い。まさに都市計画と商業の連携である。
- ・「食」はおいしければリピートや口コミをする。ブランドがある地域は、おいしいという共通点がある。ぜひ尖がりを作ってほしい

【柴山委員】

- ・次回、皆様「静岡らしさ」をお聞きしたい。