六角橋商店街視察結果

１　概要

⑴　実施日　　令和７年１２月５日（金）１４：００～

⑵　開催場所　六角橋商店街（横浜市神奈川区六角橋）

⑶　テーマ　　商店街のマーケティング、ブランディング
　　専門家による注目ポイントの説明、意見交換

⑷　参加者　　市商連会員、関連団体他全 24 名　六角橋関係者３名

２　商店街の視察

視察スタート　商店街大通りを歩く

昭和レトロな商店街

元質屋を活用したワークスペースとラウンジ
学生の作品展示なども

３　六角橋商店街会議室での講座、意見交換

（１）「六角橋商店街」映像紹介

（２）石原会長からの振興策のポイント説明

●他でやった形だけの真似では長続きしない

どうしたか～商店街の個別の事情をよく把握する

地域のソースの活用

近隣との比較による自分たちの魅力（セールスポイント）

実例～チャリティ野宿（夜のフリーマーケット）の例

ヤミ市実施の際、古本屋（ミニコミ誌がウリ）から一箱古本市の提案

特徴のあるテーマのミニコミ誌を特集（中南米、銭湯、恋と童…　etc）

ミニコミ誌の編集長が店を出して２０数店舗のうち１０店舗が古本

店長同士がタモリ倶楽部のように面白い話をするイベントなどが実施

朝、一斉にラジオ体操が行われ、スタンプを押して片づけをして解散

●シンボルイベントが必要と考えた～様々なイベントを行ったがやめたものも数知れず

大道芸などもやったが、野毛の二番煎じと思われないように新しい展開を考え、次のイベントを始めながらに徐々に大道芸をフェイドアウトさせるなど、いきなり休止とは見せない工夫で集客を維持した。

近隣大学による好影響と連携

なぜシンボルイベントが必要か？

●空き店舗問題

当時１７０店舗のうち１割が空き

そのうちチェーン店を除き後継者なし店舗は１００軒　店主は６０、７０代が中心

～あと２０年すると、その店舗が閉まりシャッター通りの危険性

当時中心市街地活性化法が施行されたが、シャッター通りを復活させた事例なし

しかし六角橋ではヤミ市などアピールで空き店舗が減っていった。

今は空き待ち状態

●入居者募集の対策ポイント

相手の需要に合わせるのではなく、こちらの事情見せ相手にヒットさせる方法

家賃などのメリットではなく**ネットでの口コミ（評価）**でのアピール

ぼろくて古い商店街を新しくするにも、都市計画道路などの関係で更新が難しい

逆に古さ・ボロさをウリにした。

東横線沿線の下町をアピール　かっこよくではなくボケ（突っ込みどころ満載）

商店街プロレスなどはその実例

ヤミ市は観客が８０００人を超え、参加募集はしなくても参加店は埋まる状況

急行停車せず東横線沿線では家賃が安いが、**学生やアーティストなどが多く住んでいた**→地域の魅力・ウリ→実は商店街の人はその実情を知らなかった

●質問・意見交換

①まちづくり会社の現状

まだ実質的な動きはない　商店街を越えた取組を検討

（検討内容）

商店街だけでなくまちの困りごとに対応

小規模経営の店の会計や集金の代行業務

情報発信業務→防災などの情報発信

草むしりなど便利屋さん家事代行　悪徳業者の排除

販促などはどうか

商店街内でできることは止めようと考えている

②駐車場を運営していたとのことだが

今は駐車場は直営ではなくスーパーの駐車場を利用させてもらい、駐車券の販売手数料を得ている

③商店街の会館の運営

まちづくり会社でとの話はあったがまだ実施できていない。

六角橋商店街連合会で空き店舗をリノベーションして活用する動きもある

④今後の改修

都市計画道路の決定は変えられないが、道路建設に関しては相当期間動きがないとの情報もあるので、堅固な構造物でなければ改修はできる。

まちづくり条例が施行され、建築上の制限緩和やみなし道路の扱いも可能となるため、スペース確保もできる。震災や火災の不安はある。全焼した場合は同様の商店街を再建することは法令上できない。

⑤会員からの会費や役務など

（会費について）

アーケードのあるところとか、トイレ管理、間口の広さに応じ負担額が違う

照明の条件、セキュリティ、販売促進費、連合会費、町内会費合わせ

年間６千円から２万

（イベントの応援）

商店街からは５人から６人　担い手不足

大学生のボランティア

→４年間で卒業なので定期的な育成が必要

※コロナで実施が途絶したときは一から教育で大変だった

→大学祭立ち上げで六角橋が協力したためその後連携が続いている

ゼミだと教授の任期や方針で途絶の可能性あるが、学際は強固な継続性

出演・出店者含め１５０人ぐらい

⑥その他

イベント実施での道路通行止めについて

警察などの調整が大変手間がかかった

迂回路の確保が必須だが、六角橋はそこが難点だった

（３）商店街学会大場氏からの商店街活性化に関する講座

別紙資料参照

以下印象的な発言をピックアップ

●昨今商店街では様々なイベントが行われるが、その中で**「イベントで人は集まっても終われば客足は元どおり　個店の売上に繋がらない」**との声が良く聞かれる

●半面イベントを実施するのは一部の人で、他は**協力しないどころか足を引っ張るものまでいる**。行政からの**補助金も継続して出してくれるわけではない**。

●しかし、**イベントは店同士のコミュニケーションにも効果**があるため、一度やめたイベントを復活させたところもある。

●今回六角橋商店街の視察を行ったが感心したのは野宿を絡めたイベント

普通考えられないイベントを行うことでインパクトが大きく注目されるので、商店街にはこういう感性が必要かと思う

●何かをやるとき言い出しっぺが貧乏くじを引くので皆消極的になる

●イベント後の反省会は、成功したときのみ行え、良いアイデアはそこから生まれる

●商店街が福祉をやるべきではないとの声もあるが、武蔵小金井の商店街では、福祉活動が売り上げにつながった例。**福祉が人のつながりを増やし、それがお得意さんとなり**売上が４倍になったなんて店もある。

●個人店の強みは専門性と人とのつながり　上記の例はステーキ店で、岩手に牛 4 頭を飼い牛肉を調達し、玄米などにもこだわっている。

●インターネットが流行りだしたころの話　ある商店街がホームページを作った際、一番の成果は我が商店街には特徴的な店が一軒もなかったことが分かったこと！

●もう一つ重要なこと、店と店とのつながり

新しい商品開発などシナジーが生まれる可能性