

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）ソウカダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）サクマゼミナール
創価大学	経営学部	佐久間ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）ハビネス	フリガナ）コタニヒデカツ	4	無
ハピ☆ネス	小谷秀勝		

研究テーマ（発表タイトル）

商店街×学生＝活性化プロジェクト

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年商店街の衰退が社会問題となっており、私たちの大学のある八王子の八幡町商店街においても空き店舗の増加や衰退が見られる。そこで、商店街をあまり利用していない人の商店街利用回数が増えることを活性化の定義とし、八幡町商店街の空き店舗を埋めることにより新たな顧客を増やすことで活性化させようというプロジェクトを考えた。また、八幡町商店街の方々へのヒアリング調査から、商店街の方は学生の力を欲していることが分かった。そのため、商店街と学生をつなぐことで商店街を活性化させたいと思い、学生が授業の中で考えたマーケティングの手法を利用し、商店街にある商品を空き店舗で販売することにより、学生と商店街をつなごうと考えた。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

商店街は、戦後復興期から高度成長期にかけて数を増やし、祭りやイベントを開催するなど地域活性化の担い手、地域コミュニティを形成する「場」として地域社会に貢献してきた。その後、百貨店や大型ショッピングセンターの誕生により、商店街は商品の品揃えの豊富さで勝てなくなっただけではなく、同じ商品で比較した場合、価格設定が高かったため、商店街からは顧客が流出していった。またそれだけではなく、消費者ニーズの変化などにより、商店街は一気に衰退するようになった。近年では、インターネット販売の増加により、さらに商店街の景況が悪くなってしまっている。私たちが足を運んで調査をした八幡町商店街でも同じような現象が起こっている。甲州街道随一の宿場町であり、江戸時代から明治時代以降八王子の中心市街地として栄え、八王子の産業の象徴ともいえる織物工業会館が立地し、昭和30年代には生鮮食料品や日用雑貨などの物販店が林立し、映画館などもある一大繁華街を形成していた。しかし昭和50年以降には甲州街道沿いの百貨店が相次いで撤退し、昭和58年には八王子駅ビルが竣工する。平成9年には駅北口の再開発も完成し、現在の商業の中心は八王子駅前へと移ってしまった。これら都市化の影響もあり、空き店舗が増えていっている現状がある。

3. 研究テーマの課題

現在の全国の商店街、及び今回の研究対象となった八王子の八幡町商店街の抱える課題は共通したものである。大きく分けて商店街利用者数の減少と空き店舗の増加という2つの問題を抱えている。私達は、この2つの問題から商店街のフィールド

リサーチとデータから整理した結果、商店街の利用者数を増やし「商い」としての機能を促進することが課題であると考えた。

① 商店街の利用者数を増やすために

商店街の利用者数減少に伴い、多くの個人商店が店をたたみ空き店舗が目立つようになった。新規事業支援やチャレンジショップにより空き店舗を埋めるなどして活性化を目指しているが、これらは利益がなければ継続して経営を行うことはできず、失敗すると空き店舗に戻ってしまう。いかにして、空き店舗が継続的に埋まる仕組みを作れるかが大きな課題となっている。

② 「商い」としての機能を促進させるために

今回、研究の対象とした八王子の八幡町商店街も数十年前と比較すると商店街利用者数は大幅に減少しており、まちゼミやイベントを定期的に行い商店街活性化に努めている。しかしながら、このようなコミュニティ重視の取り組みは、金銭的利益は生まれず、一時的な集客となってしまったため活性化に対し課題を残している。商店街本来の「商い」としての役割を強め、利用者数を増やすことが、持続的な商店街活性化にとって重要である。

大型スーパーの誕生、自動車の普及に伴い広範囲の買い物が容易となったため、現在商店街の重要性は低く捉えられがちである。しかし、自動車を持たない人や高齢者、障害者といった買い物難民にとって商店街は近場にある重要な場となっている。また、商店街が東日本大震災、熊本大震災といった災害時にいち早く人々の生活を支えたという報告も数多くあがっている。人々の生活にとって商店街は今も重要であると私達は再認識した。

チームハピ☆ネスでは、商店街の利用者数増加と「商い」としての機能を促進することを課題と捉え、この2つを解決できるプロジェクトを提案する。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

この課題解決策は、商店街と学生が連携し商店街を活性化させるという「商店街×学生＝活性化」プロジェクトである。これは、大学で「商店街活性化演習」という授業を導入し、商店街と学生を連携させる。チャレンジショップや新規事業支援といった活性化方法では、利益を生む必要があり、失敗すれば再び空き店舗になるという問題点がある。これらの問題点を考慮して、私達は継続性のある“授業”を大学に導入することにより、商店街の活性化を図る。

「商店街活性化演習」とは、商店街の魅力ある商品を学生が実際に売り出していく実践型の授業である。商店街は、商品と空き店舗を学生に提供し、学生は大学の授業で学んだマーケティングを活かしセールスプロモーションを行いながら、空き店舗でその商品を販売する。学生が販売して生まれた売り上げは、全て商品を提供して頂いたお店に返還する。この授業の目的は、商店街の商品をあまり知らなかった人に知ってもらうための機会となるようにし、新たな顧客獲得を狙っている。このプロジェクトにより、商店街は学生と繋がりを持ちながら商品の認知拡大の可能性を広げることができ、学生は地域交流をしながら実践的授業で学べ、単位がもらえるという双方にメリットが生まれる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

課題解決策を成立させるために、私たちは3つの場所へアプローチが必要であると考え調査活動を行った。その3つとは、商店街・大学・学生である。より具体的に進めるために、私たちの通う創価大学付近の商店街を調査対象とし、創価大学での授業導入が可能かどうかという点で研究を行った。まず、八王子駅近くの6つの商店街を訪問し、現状・活性化への取組などの聞き取り調査を行った。また、通行人への街頭インタビューも行った。その結果、6つの中から1つの商店街「八幡町商店街」が、大学・学生と連携することに協力的な姿勢であった。大学へは、まず実際に学生が事業を考え実施までを行っている授業がある杏林大学と千葉商科大学の教授の方と連絡をとり訪問し、その授業の現状をお聞きした。また、創価大学経営学部の教授6人と授業導入にむけて掛け合った。その結果、授業導入実現に向けての第一歩を踏み出すことが出来た。学生へは、実践的な授業を受講したいかどうかの質問を東京都の学生568人に行ったところ7割の学生が「したい・どちらかといえばしたい」と回答し、ニーズもあることが分かった。

6. 結果や今後の取り組み

以上のように、このプロジェクトを成立させるために必要な、商店街・大学・学生へのアプローチをした結果、商店街の協力・授業導入の実現・学生のニーズをクリアすることが可能となったため、「商店街×学生＝活性化」のプロジェクトは実現可能であると言える。今後の取組みとしては、来年度に行われる教職会にこのプロジェクトの授業を申請し、この申請が通ったと仮定した場合、2020年度を目処に授業開始という流れを考えている。そして、創価大学での授業導入実現・八幡町商店街の活性化を成功

させ、次に範囲を東京都そして全国へと広げていく。

7. 参考文献

- ・株式会社 omoro「シャッター商店街のシャッターが開かない意外な理由」(<http://omoro.co.jp/neta/syoutengai>)
- ・木下斉「なぜ繁栄している商店街は1%しかないのか」(<http://blog.revitalization.jp/?eid=810876>)
- ・しらべえ「シャッター商店街を復活させた若者たち！根底にある概念「シビックプライド」とは？」(<http://sirabee.com/2015/04/06/24835/>)
- ・EGAO「さまざまな連携のかたち」(<http://www.syoutengai-shien.com/case/report/article/2016springtopic05.html>)
- ・EGAO「商店街を学び・教育の場に子育て世代を呼び込む仕組み」(<http://www.syoutengai-shien.com/case/report/article/2016springtopic02.html>)
- ・The Huffington Post「ネットを使ってシャッター商店街を復活させる方法を思いつきました」(http://www.huffingtonpost.jp/shinji-hayashi/shutterstreet_b_4982926.html)
- ・商店街等活性化事業の事例「スタンプ事業の全国モデル“烏山方式”」(<http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/ryutsu/shougyou/60sen/zireideta/n-6-48karasuyama.pdf>)
- ・商店街等活性化事業の事例「学生の街らしく地域の学生との連携が強み」(<http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/ryutsu/shougyou/60sen/zireideta/t-6-13sakae.pdf>)
- ・商店街等活性化事業の事例「商店主と市内住民がタッグを組んで企画作り」(<http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/ryutsu/shougyou/60sen/zireideta/t-11-39huziyosiwara.pdf>)
- ・中小企業庁委託調査事業 商店街実態調査報告書(<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2016/160322shoutengaiB.pdf>)
- ・平成25年度 東京都産業労働局 東京都商店街実態調査報告書(<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/toukei/pdf/monthly/chusho/shotengaijitaichosaH25.pdf>)
- ・東京都商店街ホームページ(http://www.toshinren.or.jp/jirei/jirei_250.html)
- ・品川経済新聞, (<http://shinagawa.Keizai.biz/headline/543/>), 2009/03/17 掲載
- ・立正大学モラリスレポート(http://www.ris.ac.jp/moraris_report/carelogy/2010/20100716.html)
- ・新都市ハウジング協会・都市居住環境研究会, 『歩きたくなるまちづくり』, 鹿島出版会, 2006
- ・新雅史, 『商店街はなぜ滅びるのか』, 光文社, 2012
- ・近畿都市学会, 『都市構造と都市政策』, 古今書院, 2014

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

特にありません。

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1〜7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。