テーマ　学生の商店街活動を活かした、松山活性化計画

要約

学生は、行政・大学・企業・商店街を巻き込む力をもっており、学生の商店街活動に必要な、場所・お金・時間・設備・ノウハウといった要素のバックアップ体制がそろったら、地域の活性化の流れを作り出す大きな可能性を秘めています。だからこそそのバックアップ体制を作るために、「松山市商店街活性化学生地域活動推進プロジェクト実行委員会の立ち上げ」と行政に求める役割を提案します。

はじめに

学生の立場から様々なところで地域活動を行っていると、そこから全国の地域にある問題を垣間見ることが出来ます。地元に雇用が少ない、農業・商業における後継者不足、グローバル化・情報化社会など時代の変化について行けなくなった商店、人の高齢化・街の老朽化、医療費の増大と市場の縮小による地方財政の圧迫など、それらは様々です。単にその要因は、少子高齢化、地元の魅力の減少、グローバル化、技術の進歩に対応できない、といったものだけではなく、おそらくそこには自己中心的な考え、利害関係によるつながり、中身よりも形を重視するといった人の心の腐敗が一番の原因ではないかと考えられます。

学生の一番の強みは、何の利害関係もなく、既成概念にも縛られず、純粋さと若々しさで行動、そして思考できることです。つまり、一心に地域活動を行ったときに、人や地域が忘れかけていた何かを訴えかけることができることこそが、学生の地域活動の意義であり、学生の立場を十二分に活かした地域の賑わい作りにおけるソフト面の活性化のアプローチなのです。

私が考える地域の活性化とは、地域で共存する人々が豊かに暮らしていける社会を実現するために、今ある地域の課題に対して関係するすべての人・機関が、自分の得意分野や強みを持ち寄り、協力してその課題解決に取り組むことだと考えています。そして商店街の衰退という地域の一つの課題に対して「何ができるか」、とちょっとでも学生や地域の人が発想したとき、そんな些細なことからも活性化は始まっているのです。

この論文の目的は、学生の商店街における地域活動が活発になるために、社会に必要なバックアップの構造・システムを提示し、そのシステムが実現するための委員会の立ち上げとそのシステムの一部分を担う行政に求める役割を提案することです。

学生の地域活動が活発になることで、それが行政や大学、企業や商店街、そして地域を巻き込んだ「地域の活性化」に繋がってほしいと思っています。

１、商店街の現状と課題

まず全国の商店街の現状を見てみます。経済産業省中小企業庁が実施した平成 18 年度全国商店街調査の結果（＊１）によれば、「停滞しているが衰退する恐れがある」または「衰退している」と回答した商店街は 70.3%に及び、「地域型・近隣型など商圏が狭い商店街タイプほど厳しい状況の割合が高い」というデータが出ていました。その原因は、モータリゼーションの進展というライフスタイルの変化、安くて品揃えの良い郊外の大型店舗の出店、少子高齢化による後継者不足と考えられ、その課題として「大型店との競合よりも個店の魅力作り」「商店街としての魅力を作るために、商店主の商店街活動への参加意識の向上」「後継者の育成」がありました。

この現状は松山市大街道商店街でも同じことが言えます。平成 21 年度に松山大学鈴木ゼミナールが実施した大街道商店街の実態調査アンケート（＊２）では、「5 年前と比べて売上が減少している、大幅に減少している」と応えた割合は 76%にも及ぶというデータがあり、その中で「エミフルの影響によるもの」と応えた割合は約過半数まで達していました。大街道商店街の課題も全国調査による商店街の課題とほぼ同じでしたが、さらに「商店街に地域の憩いの場の機能を加え、地域コミュニティの創出する」というものも課題になると考えられました。

２、学生の商店街における地域活動を活かした地域活性化のイメージ

私が持っている地域が活性化するイメージは、学生が衰退しつつある各商店街に入っていき、そこで地域活動を活発に行うことで商店街・大学・企業・行政といった機関を巻き込み、それが地域活性化の土台になり、それをきっかけに、今度は卒業生・商店街・大学・企業・行政が地域の賑わい作りに向けて動きだすことにより、相乗効果で地域が活発になる循環が地域に生まれることです。（参考資料Ａ、Ｂを参照しながらご覧ください。）

学生が商店街活動を活発に行う、というのは、学生が商店街応援隊として一定期間、自分が担当する商店街へ入って行き、そこで商売をしながら自分たちの生活費や地域活動費を稼ぎ、その活動費を活かし、学生が担当の商店街で学生と地域の交流の場を作る活動を行ったり、また商店街と連携し商店街のアピールとなるイベントを行うことです。これらは、上記で挙げた商店街の課題「商店街としての魅力づくり」の一環です。ここでは、学生の日々の謙虚で前向きな姿勢と忍耐で、非協力的な商店主を商店街活動に巻き込んでいくことがポイントになります。

そして卒業生・商店街・大学・企業・行政が地域の賑わい作りに向けて動き出す、というのは、卒業生は、地域活動の経験を活かして、商店街で創業するといった取り組みを行う、また松山から離れるとしても、松山を盛り上げるための松山応援ネットワークとして寄与することです。商店街は、その活動の中から生まれた街の活気や若者のアイデアを活

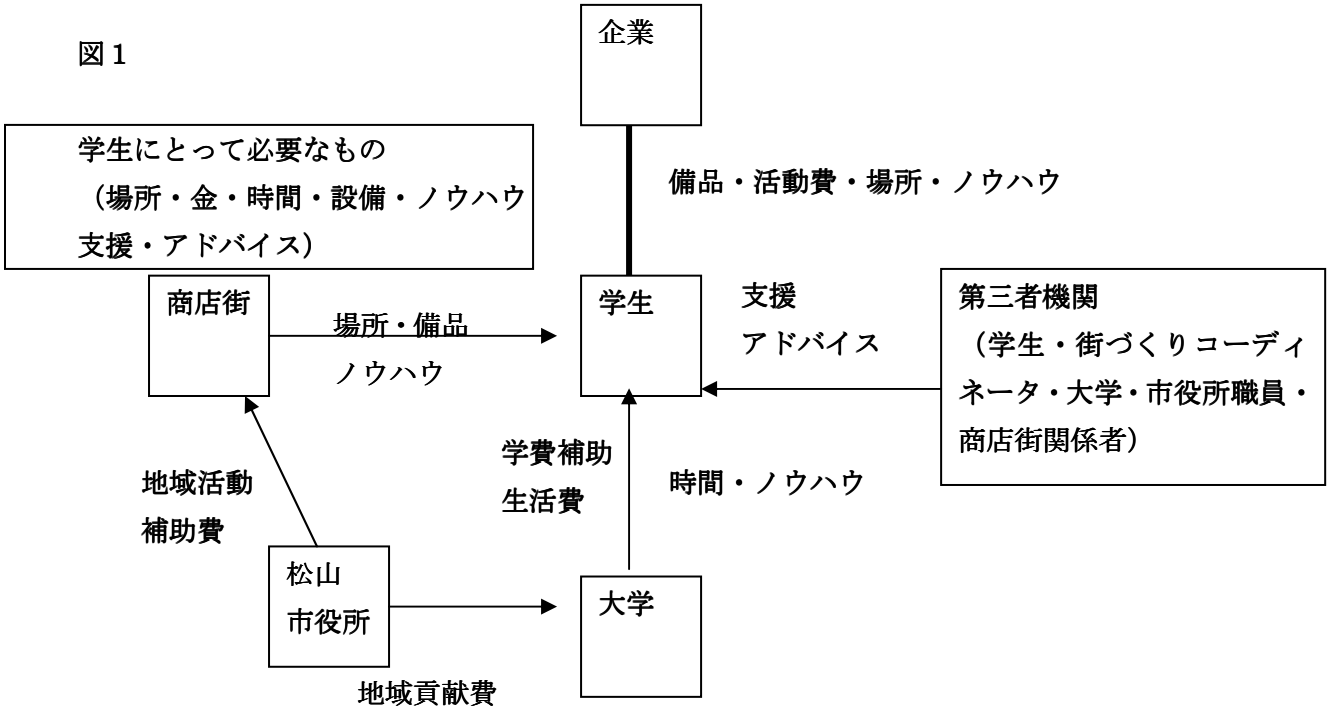
かして、商売繁盛につなげることです。大学は「学生が地域で活発に活動している大学」という新たな魅力を活かして、全国から入学希望者を集める、また地域活性化の担い手を育成することです。企業は、学生のイベントなどに協賛して地域貢献をアピールし、販売促進することです。そして松山市は、地域に活気がもどり、希望を持った学生が集まってくる環境を活かし、みんなが住みたくなる街づくりを推進することです。この相乗効果による地域の賑わいづくりの循環が生まれることが学生の商店街における地域活動を活かした地域活性化のイメージです。

３、学生の商店街活動に必要なバックアップの構造と、
それを実現するためのシステム

■バックアップの構造

学生の商店街活動を始めるには、学生が地域の活動ができる時間とお金、商売をするための設備(テナント・備品・その他)、経営ノウハウ、その活動を支援・アドバイスする機関、といった要素をそろえる必要があり、それらを大学・商店街・企業・行政がそれぞれの強みを活かしてバックアップすることがポイントになります。以下の図１が学生にとって必要なものを各機関がバックアップする構造です。

図１



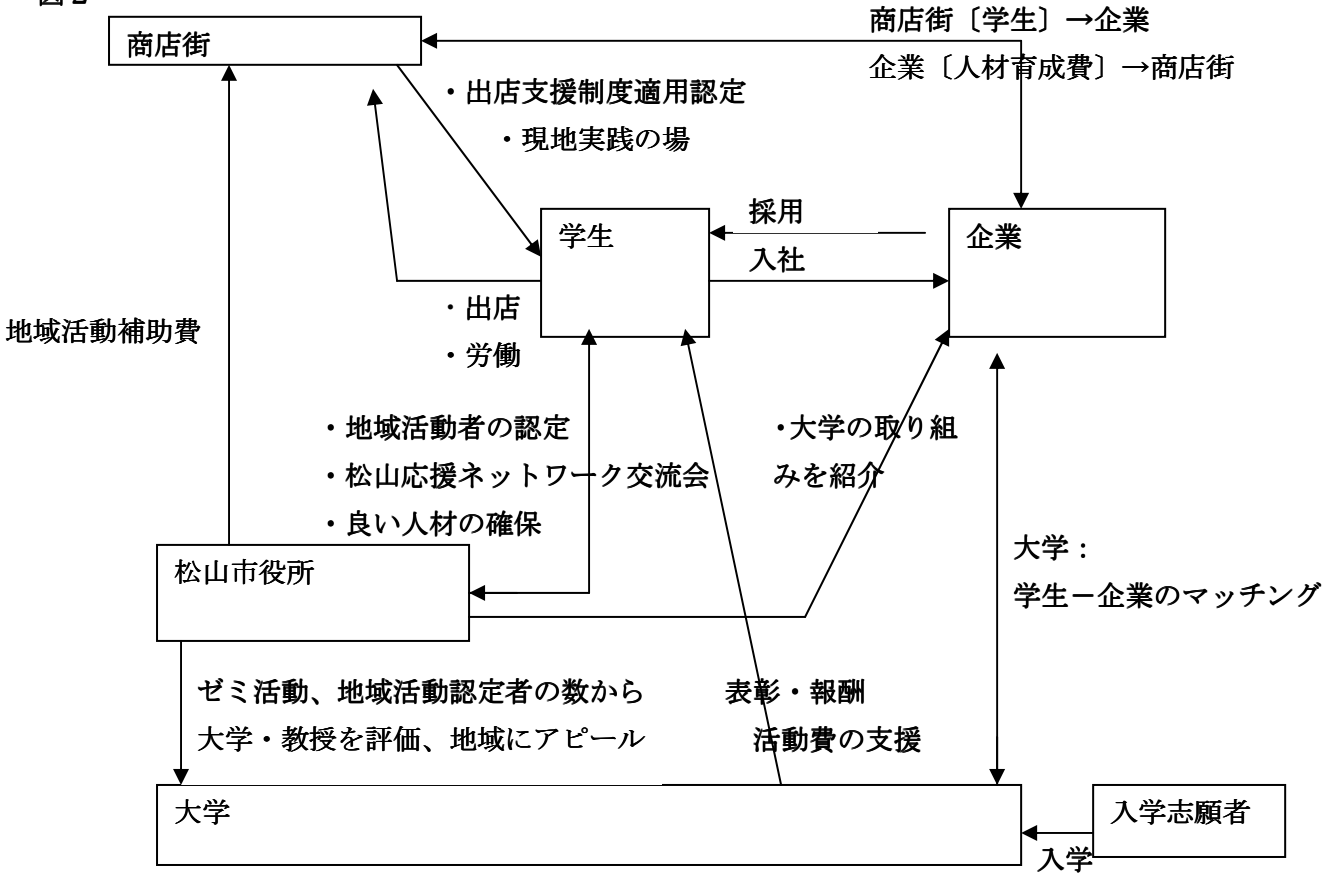
場所：商店街、企業（出店を学生とコラボした企業）が提供
金：行政→商店街、行政→大学、大学→学生、企業→学生
時間：大学（地域活動を卒業単位認定・地域活動支援制度・ゼミ活動として支援）

設備：商店街、企業が提供
ノウハウ：大学、商店街、企業
支援・アドバイス：第三者機関

■　バックアップの構造を実現するためのシステム

上記のバックアップの構造を実現するためには、それぞれのインセンティブを作り出すシステムが必要であり、それを示したのが図２です。そしてその図の下に、各機関におけるインセンティブとそれを生み出す関係、そして各機関が取り扱う各制度と仕組みを説明しています。

図２



・　学生のインセンティブとそれを実現する過程(学生に向かっている矢印)

インセンティブ：地域で研究、勉強が出来る・就職が有利になる・報酬がもらえる

学生ー商店街：学生は商店街から現場を提供してもらうことで勉強・研究の機会を得ることが出来ます。また商店街から商店街出店支援適用認定制度を受けた場合には、自らの商店街出店がしやすくなり、希望をかなえるチャンスが広が

ります。

学生－市役所：学生は市役所から地域活動認定を得ます。それによって、研究・勉強するための地域活動がしやすくなります。

学生－大学：地域活動認定を受けた学生は、大学から活動費の援助と経営の街づくりのノウハウを受けることができ、研究・勉強がしやすくなります。また、地域活動における一定の成果を出した場合には、大学から表彰状と報酬が得られます。

学生－企業：学生は自分の地域活動を行政・大学を通じてアピールし、自分の将来希望する仕事に就けるチャンスを得ることができます。

制度・仕組み：なし

・　大学のインセンティブとそれを実現する過程(大学に向かって矢印)

インセンティブ：地域へ大学をアピールできる、入学者が増加する、就職率の上昇

大学－市役所：大学は、市役所の元気な松山！学生地域活動情報発信サイト(４章で説明)にて、大学の取り組みを紹介され、地域や全国に大学をアピールできます。

大学－入学者：大学は、地域活動に積極的な大学として魅力を作り出し、入学者を確保できます。

大学－企業：大学は、地域で実践を積んだ学生が増えることで、企業からの評価があがり就職率も上昇します。

制度・仕組み：市役所から地域活動者の認定を受けた学生をバックアップする仕組み（学生・生活費・ノウハウ提供・評価制度）

・企業のインセンティブとそれを実現する過程（企業に向かっている矢印）

インセンティブ：良い人材を確保、地域貢献をアピールできる〔学生とのコラボしたとき〕

企業－学生：企業は良い人材を確保できます。

企業－大学：企業は大学への窓口があることで、良い学生の情報収集がしやすくなります。

企業－行政：信頼ある機関である行政のサイトから良質の学生の情報を得ることが出来ます。

企業－商店街：学生の商店街活動を学生とコラボしたときには、地域貢献をアピールできます。

・行政のインセンティブとそれを実現する過程（行政に向かっている矢印）

インセンティブ：良い人材が松山に残る・松山のネットワークが広がる・行政に良い人材

を確保する

行政ー学生：松山応援ネットワーク交流会（４章で説明）をすることでネットワークが広がります。また元気な松山！学生地域活動情報発信サイト(４章で説明)で地元企業に学生をアピールすることで良い人材が残り、また市役所にも直接良い学生の情報を得ることが出来ます。

制度・仕組み：地域活動認定者制度・ 地域活動補助費・ 松山応援ネットワーク交流会の開催・元気な松山！学生地域活動情報発信サイトの立ち上げ・ 地域活動認定者、学生の地域活動に一緒に取り組む教授を支援する大学の評価制度(→４章にて説明)

・ 商店街のインセンティブとそれを実現する過程（商店街に向かっている矢印）

インセンティブ：良い人材の獲得・若い労働力を得られる・空き店舗の有効利用

商店街ー学生：学生が商店街で活動することにより、若い労働力を得ることが出来ます。

商店街ー企業：学生が企業とコラボしてイベントを行なった場合は、企業のバックアップも得ることが出来ます。

商店街ー行政：行政から学生の地域活動支援補助費用を貰うことで、学生に向けた空き店舗の利用促進を行なうことが出来ます。

制度・仕組み：商店街出店支援適用認定制度。（商店街が発行する制度。地主と相談の上、出店支援の適用された学生は、商店街から認定を受け、出店の支援が受けられる。学生時代に築き上げたビジネスを継続する場合と新規に商店街に出店する場合とがあり、その状況に応じて①３ヶ月運転資金の金利補助②テナント料の最大２年間無料③店舗改修費の補助などが受けられます。）

４、提案内容

■ 松山市商店街活性化学生地域活動推進プロジェクト実行委員会の立ち上げ

松山市商店街活性化学生地域活動推進プロジェクト実行委員会(以下、「実行委員会」と表現します)とは、学生の商店街活動が活発に行なわれるために必要なバックアップの構造とそれを実現するためのシステム（第三章で提示）を検討し、実際に実現可能にしていくための組織であり、市役所・大学・商店街関係者・街づくりコーディネータ・松山市商工会議所のメンバーで構成されています。学生の地域活動が活発に行なわれるためには、行政・企業・商店街・大学を巻き込んだ動きを作らないと安定かつ継続した活動を生み出すことはできません。この実行委員会が重要な役割を担っています。

■　学生の地域活動を影で支えるための制度・補助費
（市役所の役割）

a 地域活動認定者制度
b 地域活動補助費
c 松山応援ネットワーク交流会の開催
d 元気な松山！学生地域活動情報発信サイトの立ち上げ
e 地域活動認定者・学生の地域活動に一緒に取り組む教授を支援する大学の評価制度

a　地域活動認定者制度

この制度は、学生を地域活動者として認定する制度であり、松山市役所が認定します。制度の目的は、市役所が正式に地域活動者としての基準を設けることで、その認定者が商店街や大学、企業からの支援を受けやすくして、学生がより活動しやすくするためです。各商店街に一名だけ認定します。この制度の基準、仕組みは、実行委員会で検討します。

ｂ　地域活動補助費(参考資料Ｃ参照)

学生の商店街活動を推進するためには、活動費の補助が必要になってきます。市役所が補助を出すのは、商店街と大学です。商店街の地域活動補助費の内容は、学生の商店街活動に必要な設備(テナント料・リース代・備品など)です。その金額と内訳は、参考資料Ｃをご覧ください。大学の地域活動費の内容は、主に学生が地域活動を行う上で必要なノウハウを学ぶ講習会費用です。一年間に２４回受けるものとして計算しております。その時期、内容などは、実行委員会で検討するものとします。

c　松山応援ネットワーク交流会の開催(参考資料Ｃ参照)

この交流会は、地域活動者に認定された人が(歴代の認定者も含め)年に一回松山に集まって交流するもので、市役所が主催します。地域活動者の交流を図ることで情報交換し、新たなビジネスの可能性や松山の発展につなげます。ここでは地域認定者を仮に９名（ロープーウェイ街・大街道・銀天街・柳井町・河原町・南銀天街・末広町・萱町・道後)、その会議を計１０年継続するものとしてその費用を合計し、一年あたりに換算した後に、積み立てという形で算出しております。その金額は参考資料Ｃをご覧ください。時期や場所等は実行委員会で検討します。

d　元気な松山！学生地域活動情報発信サイトの立ち上げ（参考資料Ｃ参照）

このサイトは、学生の各商店街の地域活動をＷｅｂページにアップして全国に向けて情

報発信することを目的に市役所が管理する公式サイトです。主に発信する情報は、①地域活動認定者とその活動について　②地域活動認定者を支援する大学について　③商店街について　です。ページのレイアウト・依頼業者など実行委員会で検討します。

① 地域活動認定者とその活動を情報発信する理由は、取り組みを紹介することで全国で地域活動を行っている人たちと地域活動認定者とのネットワークを広げる、また活動事例をそこに蓄積することで、次世代の活動認定者の参考資料とすることです。

② 地域活動認定者を支援する大学の情報発信をする理由は、地域に根付いた大学であることをアピールすることで、地域活動をしたいという入学者を松山に集めることです。またサイトを見た企業が直接大学の地域活動支援窓口に問い合わせられるようにしておくことで、大学と企業、または学生と企業のマッチングを計り、就職活動の支援や大学の産学連携の支援を行ないます。

③ 商店街の情報発信をする理由は、地域の方々に学生と商店街の連携した活動を知ってもらい、少しでも足を運んでもらえるようにすることです。

e 地域活動認定者・積極的に地域活動に取り組む教授を支援する大学の評価制度

この制度は、地域活動認定者の支援や、積極的にゼミ活動などで地域活動に取り組む教授がいる大学を評価する制度です。その評価によっては次年度から特別支援予算をつけて大学のバックアップを行ないます。学生の上限金額は１０万、教授の上限金額は５０万円として計算しています。（参考資料Ｃを参照）実際に、評価制度、上限金額、その使いみちの制約などは実行委員会で検討します。

５、まとめ

今回の論文は、地域活動に関わっている立場から、実際に必要だと感じることを整理してその一部分を行政に提案しました。学生と一つの商店だけで商店街の地域活動を継続するのはとても難しいです。しかし、３章、４章で提案したバックアップの構造・システムが機能し、地域の賑わいの循環が生まれたら松山市にもたらす効果は、計り知れないものと考えられます。そのためには、大学・行政・企業・商店街を巻き込み、それぞれの強みを活かして、学生の商店街活動という小さな芽をみんなが育てていく環境を作っていくことが大切です。そのきっかけ作りが松山市商店街活性化学生地域活動推進プロジェクト実行委員会の立ち上げであり、システムが動き出すために、地域活動認定者制度・地域活動補助費・松山応援ネットワーク交流会の開催・元気な松山！学生地域活動情報発信サイトの立ち上げ・地域活動認定者・学生の地域活動に一緒に取り組む教授を支援する大学の評価制度が必要になってくるのです。

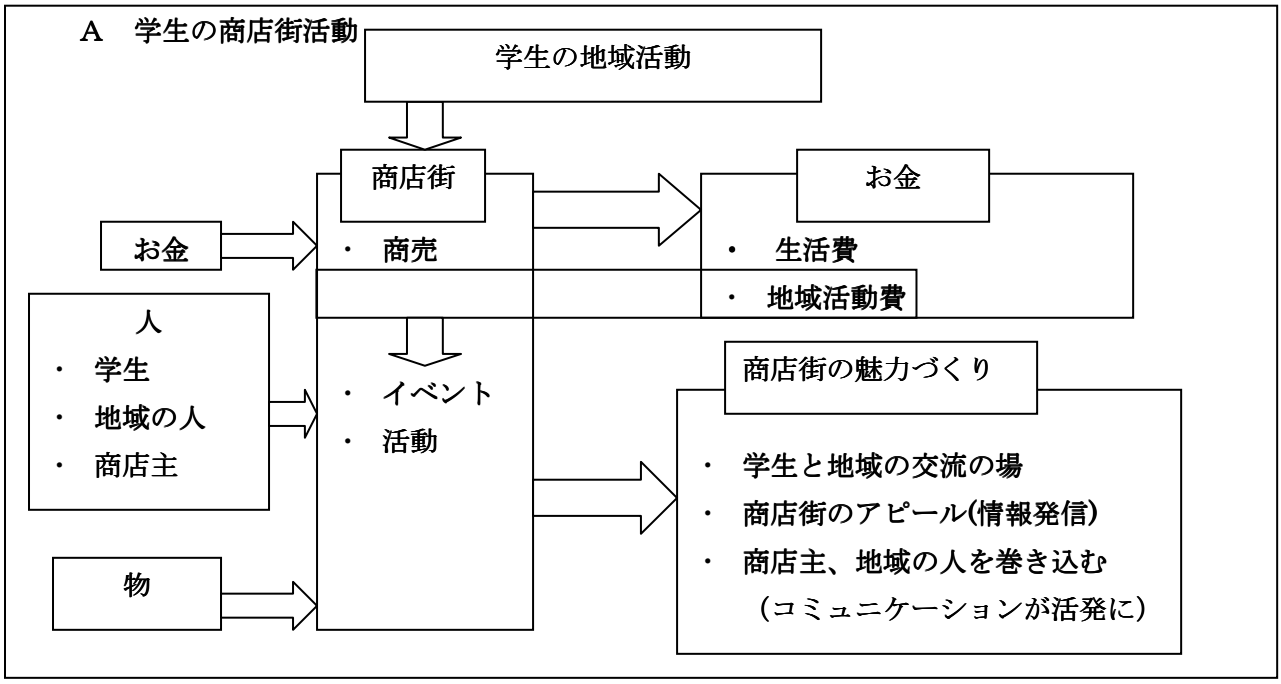
終わりに

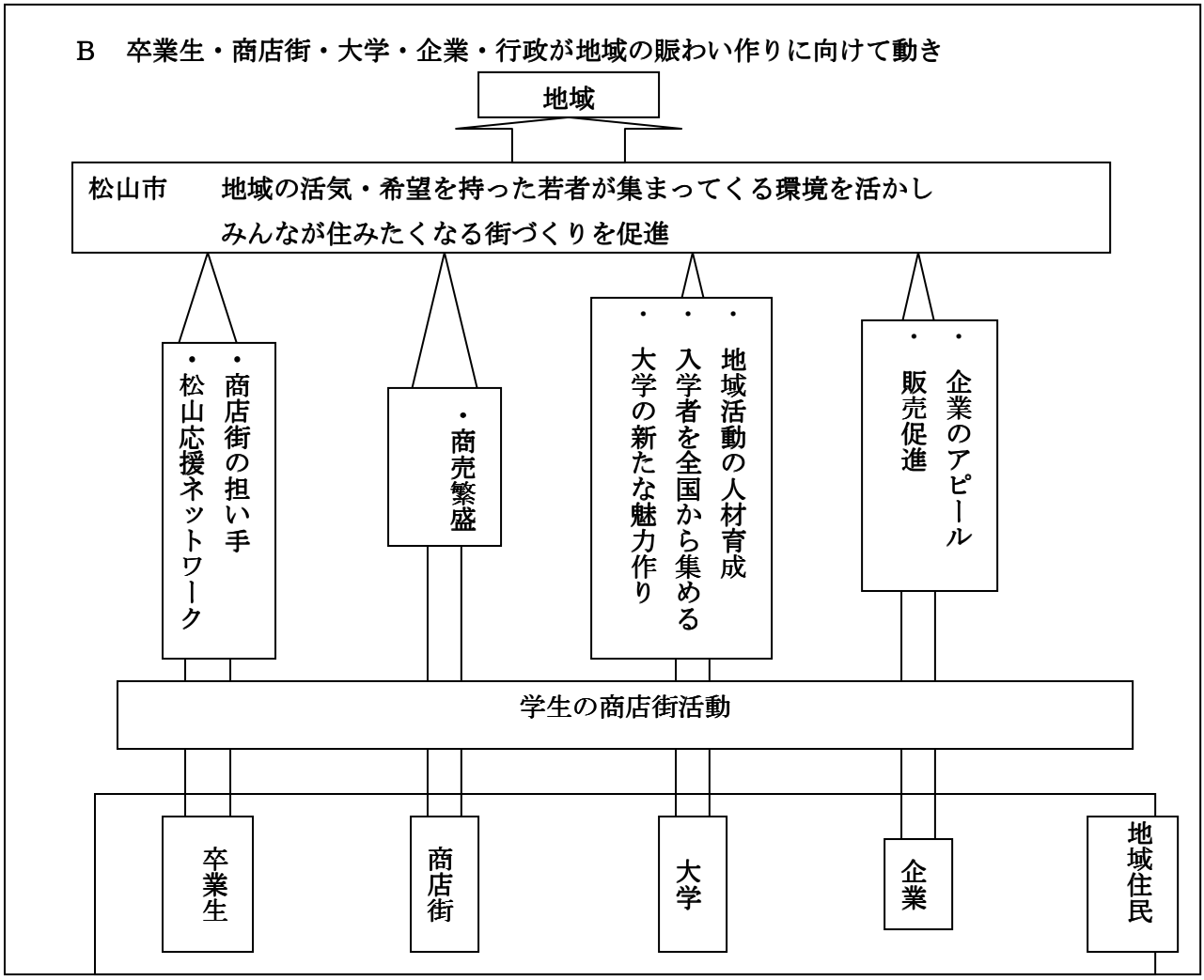
はじめにのところでも伝えたように、学生の一番の強みは、何の利害関係もなく、既成概念にも縛られず、純粋さと若々しさで行動、そして思考できることです。学生の地域活動そのものは確かに、大きな経済効果を持っているものではありません。しかし、学生の普段の何気ない活動の継続が、非協力的だった商店主の「君が言うなら(活動に)協力してあげよう」、と気持ちを動かすものであったり、その人の協力の下に行なわれたイベントが子どもたちの心に「また商店街に行きたくなった」という花を咲かせ、地域の人たちに「君たちの若さと地域の協力があれば出来ないことも出来そうな気がする」といった希望を作り出すのです。それはとても大きな効果であり、その若い力を活かし、それぞれが強みを持ち寄って地域の活性化に動き出したとき、松山が元気になると思います。

参考文献

＊１
経済産業省　中小企業庁　商業課　平成 18 年度　商店街実態調査の結果
http://www.meti.go.jp/press/20070629008/20070629008.html
調査の方法等
調査は、全国の商店街から、８，０００の商店街をサンプルとして抽出して、調査票を郵送し、平成１８年１１月１日時点での回答を回収しました。
有効回答数は、２，６４４、回収率は３３．１％。

＊２
松山大学　鈴木ゼミナール　平成 21 年度　大街道商店街調査
調査の方法等
サンプル数：１５７、　対象：大街道商店街の各店舗　実施日：平成２１年３月


A　学生の商店街活動
学生の地域活動
商店街
・　商売
お金
・　生活費
・　地域活動費
お金
人
・　学生
・　地域の人
・　商店主
・　イベント
・　活動
商店街の魅力づくり
・　学生と地域の交流の場
・　商店街のアピール(情報発信)
・　商店主、地域の人を巻き込む
（コミュニケーションが活発に）
物


B　卒業生・商店街・大学・企業・行政が地域の賑わい作りに向けて動き
地域
松山市　地域の活気・希望を持った若者が集まってくる環境を活かし
みんなが住みたくなる街づくりを促進
・商店街の担い手
・松山応援ネットワーク
・商売繁盛
・地域活動の人材育成
・入学者を全国から集める
・大学の新たな魅力作り
・企業のアピール
・販売促進
学生の商店街活動
卒業生
商店街
大学
企業
地域住民