

# 賑わい溢れる商店街復活へ、共に歩く

## —地元高校生との商学連携による販路拡大と 商店街活性化の活動—



中満 信宏

半田商工会議所中小企業相談所  
経営指導員



半田市内は、他の地域と同じく郊外への大型店舗の店出・少子高齢化・後継者不足の問題などにより、商店街を中心とする中心市街地の商店は空洞化しています。近年では情報技術の進展によりEC市場が拡大しており、リアル店舗とネット販売の競争も起こるなど、商店街の業況はますます厳しくなっています。

町の顔で、地域コミュニティの場である商店街の大切さが叫ばれている昨今、商店に対してできることは何かを色々検討して参りました。そして、『One for all, All for one（一人はみんなのために、みんなは一つの目的のために）』の気持ちで、個店の魅力アップを増進させる切り札として取り組んだのが「商学連携」です。

半田市商店街連合会の事務局として、様々な方の支援のもと、店主と共に築き上げてきた商店街活性化の取り組みについて述べさせていただきます。

## 01 はじめに

愛知県半田市は、江戸時代中期から本格化した醸造業の成長とともに港湾都市として発達しました。そして、明治以降は知多半島の政治・経済・文化の中心都市として発展してきました。街は半田市民のみならず、知多半島中の人で賑わい、それに伴い地元事業者や商店街も発展していき、平成元年の半田市内の商店街で組織される半田市商店街連合会は、14単組・882店舗で構成されていました。現在では半田赤レンガ建物（カブトビール）、MIZKAN MUSEUM や酒の文化館、新美南吉記念館などが観光の名所となっており、伝統の山車まつりでは、市内地域ごとに毎年31台の山車の引き廻しが行われています。中でも亀崎地域の山車まつり（潮干祭）はユネスコ無形文化遺産、国の重要無形民俗文化財です。

しかし、商業の時代は変遷し、少子高齢化による人口減少、郊外型ショッピングセンターの進出、インターネットの発達による流通の変化、公共交通の利便性の向上などにより半田市内の商業は空洞化が進んでいき、現在の半田市商店街連合会は、7単組・296店舗の組織へと激減し、とりわけ中心市街地の商店街に至っては、空き地・空き店舗が多く見られ、かつての賑わいには程遠い状況です。個々の商店街を見てみても、組織力の低下により過去に比べ、商店街活動が積極的になされていない状態です。そのような中、商工会議所は、県や市の施策を活用した地域活性化の支援や、空き地・空き店舗対策などに力を注いでいます。そして、愛知県の醸し造りのふるさとでもある知多半島で、醸造のもとに人々が集い、交流し、新たな価値を創造していく「醸-KAMOSU-プロジェクト」の取り組みを始めました。「醸-KAMOSU-プロジェクト」には「食・地域との連携による啓蒙活動」「食・体験・知恵による美人塾」「交流・創造によるブランド活動」の3つの方向性があります。



【醸-KAMOSU-プロジェクト】

## ② 商店街による醸す事業の発足

半田市商店街連合会も「醸-KAMOSU-プロジェクト」による街の活性化策に、賛同・協調をしました。商店街らしい醸す事業として何度も立案・検討を重ね、「ごはんだ！」の掛け声と「はんだ市」を掛け合わせた「ごはんだ食まつり」が誕生しました。

「ごはんだ食まつり」は1丼500円（ワンコイン）で飲食店自慢の丼を一堂に会し、自店の味を知っていただく取り組みで、丼には醸造品（酢・醤油・溜・味噌）が使用されており、『お手軽に、お得に半田の名産を味わえる』をテーマに、「醸す丼」と銘打って販売されました。広報活動にはSNSや専用チラシを作成し、新聞折込を行うことで事前に欲しい丼をチェックし、来場いただく仕組みとしました。当日は、商店街関係者の予想に反し、沢山の人が来場し、全ての丼が完売となりました。

「ごはんだ食まつり」は毎回大盛況で、現在も年2、3回程開催されており、観光施設やサービスエリア、はんだ山車まつり会場などの賑わい創出の一角となる事業となりました。

## ③ 進化する醸す事業 ～商学連携の誕生～

2014年から愛知県立半田農業高等学校と連携して「醸す丼」の商品開発に取り組むこととなりました。これは、半田市名産の「串あさり」を生産する過程で、無駄になっている「むきあさり」を使用した資源活用メニューを考案したい学生と、「ごはんだ食まつり」の更なる事業の発展を目指し、次なる

展開を模索し始めた商店街の思惑が一致したことで始まりました。

結果、あさを醤油醗麴漬けた「あさもろ」を考案し、「はんだふれあい産業まつり」に出品するため、県や市、旅行会社の関係者も交え検討会や試食を重ね、市内飲食店とコラボした「あさもろたき豚丼」が完成しました。商学連携丼の販売は、いつもの「ごはんだ食まつり」の活性剤となり、あさもろたき豚丼100食に、商店街からの50種類の醸すメニュー（スイーツ・和菓子を含む）を加え、計1,200食を販売し、2時間で完売するなど好評を得ました。

翌年には、「ごはんだ食まつり」のパッケージデザイン、販売・トレンド計画の作成、並びに地元洋菓子店とコラボし、半田市のお土産に持っていきたいと思われるスイーツの考案を目的として、愛知県立半田商業高等学校とも連携が始まりました。特に接客力が高く、高校生らしいフレッシュさと、しっかりした対応力を持ち合わせている学生の力で、販売力の強化を図れました。



【ごはんだ食まつり】



【あさもろたき豚丼】

以降、半田農業高校が生産したタマネギから「タマネギ酢」、「和牛のたれ」を開発したほか、半田農業高校が開発した「ハチミツ味噌」を原料に、半田商業高校の生徒がアイデアを出し合い老舗和菓子店とコラボした「縁結び松かげ」や洋菓子店と一緒に開発した「ちえちゃんのマドレーヌ」、「まもるくんのマフィン」、「醤油のフロランボン」などは、商店街イベントでも完売するほどの人気商品となりました。「縁結び松かげ」は企業と生産者、消費者を結ぶという思いを込めて形や名前を付けたり、「タマネギ酢」にあう醸す丼を考えるにあたり、低カロリーな鶏肉と組み合わせ、照りを出すために煮る前に軽く焼くことにこだわるなど、学生の発想は素晴らしいものでした。

特に、「醤油のフロランボン」は、半田農業高校産の醤油で製造した醤油キャラメルに、半田農業高校産のうるち米を用いた特注ポン菓子をミックスし、醤油がふんわりと香る、和と洋がコラボレーションした和風フロランタンで、1次産業（農林魚業）＋2次産業（食品加工）＋3次産業（流通・販売）の全てに半田農業高校がからんだ6次産業商品となる逸品となりました。



【縁結び松かげ】



【醤油のフロランボン】

その他にも、自治区のママさん会が開催している子ども食堂への参画や、店舗をお借りして高校生が調理から提供まで行う高校生レストランの開催など商学連携を幅広く展開していきました。



【子ども食堂への参画】



【自家製醤油の醪に付け込んだ唐揚げ定食】

商学連携による商品開発の利点としては、学校は商品化のアイデアを沢山もっていますが、作ったとしても売る場所や機会がないので、商店街と連携することによって確保できます。そして、生徒にプロ（商店主）の専門的な

意見を教える事が出来ます。また、商店街にとっても、学生からの斬新なアイデアは新商品・新サービスの参考になるだけでなく、マスコミの注目度が高くなるという点があげられます。

高校生の発想や若さが、頭の固くなっていた店主にはいい刺激となり、今後も商学連携で「醸す商品」を開発し、商店街のブランド商品となることを目指しています。

## 04 根付いた商学連携商品をより多くの人へ届ける ～はんだdeマルシェの誕生～

物的欲求からサービス欲求への移行、モノからコト志向など、昔と比べてお客様の気持ちは変化しています。商店街が環境に適応していくためには購買意識について対応していく必要がありました。若者の意見は商品意識、見た目意識を高め、ひいては商店への来店動機を高めることになり、商学連携の活動は、地域住民の評価を受ける良い機会になるとともに、戦略的視点をもって優位性や魅力を発信するように活動していくこととなりました。しかし、より多くの人に商店街の魅力や商品を知っていただき、個店への支援をするには、「ごはんだ食まつり」の開催や商学連携商品の開発だけでは力不足と感じ始めました。

そこで、商店街と学生で新事業の会議を重ね、「はんだdeマルシェ」と呼ばれるイベントの開催が決まりました。このマルシェは、地域や業種を問わず参加費を抑え、多くの個店が比較的安価に出店できるため、新しく事業を始めたい、展開したいと考えているが、まだ実績がない事業者の実践の場や、商品を販売しながら売り方を学び、消費者のニーズを掴む場として活用されています。そして、多くの人が集まるイベントであり、商学連携商品の発表の場にも最適で、商品開発・販売のためのリサーチ、逸品開発に取り組む商店主同士の意見交換の場ともなっています。商店街はイベントを浸透させる為、定期的（1か月に1回程度、冬季除く）に開催することとしました。

学校側にも協力体制をとっていただき、半田農業高校は自分たちの作った野菜や花などの農産物を売り、主婦・高齢者層の来場者増加に繋げ、半田商業高校はお菓子でバランスゲームやスーパーボウルすくいなどの子ども向け企画を実施し、子どもの来場者増加の一助となりました。学生は、商学連携

商品の開発・販売だけではなく、商店街事業活性化に新しい商学連携の形を作り、より多くの人に自分たちの取り組みを知っていただく意識をもって、活動していただいています。

意識の変化は個々の商店街にも派生されていき、毎月第1金曜日にちよい呑みをテーマに「おおまたNight」や「おおまたパンマルシェ」の実施、「商店街オリジナルやきそば」の開発など、商店街PRや街の活性化に自分たちもできることをしてみようと、商店街活動が活発になりました。



【はんだdeマルシェ】



【パンマルシェ】



【舟才船(商店街)やきそば】

05 | 2019年度の取り組み

創立120周年を迎えた半田農業高校とは『地域社会や地場産業への貢献。そして、若い人たちが日本酒に興味を持ってもらえれば』という想いを持ち合わせた地元酒造メーカーの協力のもと、同校で作ったお米を使った創立120周年記念純米酒「夢坂」を完成させました。酒類等製造免許を持つ半田農業高校では、以前より日本酒・焼酎・ワインなどを授業で製造してきましたが、販売免許がなく生徒も未成年ということで全て廃棄してきました。そこに商学連携の新たな取り組みを見出し、日本酒の製造販売に向け動き出すことになりました。学生たちは5月に日本酒の製造体験をし、6月に酒造メーカーによる出前授業を受け、8月下旬から仕込みを開始し、10月に720ml瓶500本を完成させました。学生がラベルのアイデアも出し合った本格的純米酒の販売は、まもなく始まります。

半田商業高校は、戦国時代に携行食として少量食べただけで満腹感が得られるよう作られた「兵糧丸」を現代風の味付けへと変えて、販売します。味はきな粉・抹茶・粉糖の3種類で、昔と比べて食べやすい味になっており、いくつでも食べられてしまう特徴を持ちます。

2019年度も自信を持ってお客様に提供できる商学連携商品が完成しました。



【放冷作業の様子】



【現代風兵糧丸】

## 06 課題について

商学連携を行い、私を感じた課題があります。

- 【1】店舗によっては、利益が出る量を生産することが難しい
- 【2】店主の年齢と学生の年齢が離れすぎている場合、結束力を作り出すには時間がかかる（コンサルタントやリーダー的な人がいないとまとまりにくい）
- 【3】3年生の授業の一環として連携しているため、高等学校の生徒は1年で入れ替えになってしまい、長期的な計画・展望がとりづらい
- 【4】店主が繁忙期などの状況によっては、学生を蔑ろにしてしまうことがある
- 【5】商店街の商学連携関係者の人員増加並びに若手育成が必要

いずれの課題も特効薬は無く、商店街と学校が地道に経験を重ねることで、克服するためのノウハウを積み上げるしかありません。連携後の満足度を店主に尋ねたところ、利益に大きく繋がる効果は少ないものの、広告宣伝、情報収集などの効果を得ることで満足し、学校との連携に一定の評価をいただいています。様々な問題を踏まえ調整役となり、連携先を1店舗でも増やし商学連携の魅力を広め、商店街活動をPRしていかなければならないと感じています。

情勢が変わりゆく中で、学生の成長のみならず、商店街にとっても次世代を担う若手の人材を育てることも重要です。主体性、協働性、そして創造性を併せ持つ若手の店主を育成することが、半田市の商店街に求められています。『町の顔』を持続させるためにも、楽しんで商学連携を継続し、地域に愛されている商店街を見せ続けることが未来の商店街を支える一歩となります。

学校と商店街が協働し、色々な事業を展開していくことは、次代に受け継がれる商店街への確かな布石です。学生と育み、地域とともにある商店街は、今後も必要であると確信しております。

## 07 | 今後について

後継者不足、店主の高齢化が進む商店街ですが、今後も、地域の持つ資源を活かして、学生・行政・地域コミュニティ団体などと連携（特に女性・若者が気楽に参加してもらえるように）しながら「1歩1歩、商店主と共に前進」を目標に、活性化に取り組んでいきたいと思います。

商店街の新規個店を含めたすべての個店が潤うことが大事です。そのためには、新しく商店街に参画したいと考えている個店の意欲を引き出し、商業活動の支援することが非常に重要です。今後も引き続き、個店の意欲を引き出すようなきっかけづくりを行い、商店街の活動を盛り上げるための支援を行わなければなりません。そして最終的には、集客力のある事業者の出店により商店街全体が活性化し、多くの人で街が賑わうような、人情味あふれる地域づくりを行っていきたいです。