発寒北商店街（北海道札幌市）

１．取り組みの概要

発寒北商店街では、地域コミュニティの崩壊や商店街の衰退を背景に、地域コミュニティの担い手に商店街がなるべく、「ハツキタ倶楽部」と名乗り、住みやすいまちを目指してまちづくり活動を行っている。清掃事業や商業体験事業を通じて地域の小中学校等の交流事業を行っている。また、漬物品評会等の取り組みにより世代間交流も行っている。近年は、地域通貨も取り入れ、まちづくり活動が、商店街としての売上げにもつながる活動を目指している。

２．商店街概要

商店街名	発寒北商店街振興組合
所在地	北海道札幌市西区発寒 11 条 3 丁目 4-22
組合員（会員）数	75 店舗
URL	http://www.hatukita.com

商店街の様子

ハツキタ倶楽部事務所

３．取り組みに至る経緯・背景

発寒北商店街は、近年、郊外大型店の出店等を受けて疲弊している状況にあった。このような状況において、同商店街の理事長は、商店街のあり方を検討する必要があると感じていた。これまではイベント等を実施して盛り上げていたが、イベントではカバーできず、また、そもそも地域のコミュニティ自体が崩壊している中で、商店街の復活とあわせてコミュニティ再生が必要であるとの認識から、「40 年後札幌一（さっぽろいち）住みやすいまち」を目指して、商店街活動もそこに焦点をあてていくこととした。まずは、理解の得られやすい環境（エコ）の取り組みを行うことにした。同時期に、札幌市西区で「アダプト・プログラム」としてボランティアによる清掃活動事業を行っていたことから、発寒北商店街でも花壇清掃ボランティアを組織し、活動を始めた。

さらに、札幌市西区では、町内会や PTA などを通じて廃食油（天ぷら油）の回収を呼びかけることとなり、発寒北商店街でも試行的に回収を行った。その結果、3 ヶ月間の西区全体の回収の 6 ～ 7 割が発寒北商店街からの回収実績であったことから、商店街としての取り組みに対する自信につながるとともに、環境（エコ）というものに対しては地域の反応が良いことが証明されることにもなり、活動を行っていく上での推進力となった。

また、活動を行うにあたっては、商店街振興組合という商売を連想させる名称で行うと、営利目的の活動と誤解されることから「ハツキタ倶楽部」と名乗り、活動を行うこととした。

４．取り組み内容

(1) 地元小中学校との交流

廃食油の回収にあたっては、地域の小学校 2 校、中学校 1 校の児童・生徒に、裏面に回収場所を示した eco メモ用紙を配布し、子どもを通じて各家庭に呼びかけを行った。さらに、廃食油回収スタンプカードを作成し、1 回廃食油を持参するごとにスタンプ 1 個を押印し、スタンプが 5 個たまるとマイ箸、10 個たまったときにはエコバックをプレゼントするようにした。このような工夫が、多くの廃食油の回収につながった。

eco メモ用紙、スタンプカード

発寒東小学校では授業の一環として、5、6 年生の児童と教師、PTA、ハツキタ倶楽部が共同で廃食油でエコろーそくやスノーキャンドルをつくり雪道を照らす「まちの灯り」事業を開催している。

さらに、西陵中学校では、「ハツキタ掃除に学ぶ会」として、生徒、教師、PTA、ハツキタ倶楽部がトイレの掃除を行った。トイレ掃除で生徒との交流ができた後に、「職業体験」として、商店街内の 40 箇所で生徒の受入を行い、商売の体験を行っている。

このように商店街が自ら学校に出向き、地元住民のために良いことを行うことで、次世代を担う児童・生徒と交流を積極的に行っている。ハツキタ倶楽部の取り組みを受けて、学校にハツキタ倶楽部がゲストティーチャーとして招かれたり、小学校の総合学習の中で「はっさむ探検隊」として商店街を歩いて回って地域を知る授業が行われたりもしており、商店街と児童・生徒とが日常的にも挨拶ができる関係が生まれている。

(2) 世代間交流

理事長のつきあいのある市議会議員より、高齢者はよく選挙事務所に自分で漬けた漬物を差し入れしてくれるという話をきいたことをきっかけに、商店街では平成 20 年度に各家庭の味を持ち寄った漬物の品評会を行うことになった。品評会では 30 品ほどの漬物が持ち寄られ、160 人ほど集まり大盛況であった。これを受けて平成 21 年度は漬物教室として世代を超えて漬物の味を伝えるイベントを開催した。

今後は、単にイベントだけではなく、各家庭で作った漬物を商店街で売っていくことも検討している。

(3) ハツキタブランド

ハツキタ倶楽部では、地産池消や「ハツキタ」のブランド化にも力を入れており、アトム通貨（後述）にちなんで「馬力ラーメン」を商品化したり、商店街の通り名がぎんなん通りであることに由来し、ぎんなんくんというキャラクターをつくり「ぎんなんパン」などの商品開発を行っている。「ハツキタ」をブランド化し、商店街を含む地域が 40 年後に札幌一（さっぽろいち）住みやすいまちの代名詞になることを目指している。

(4) 地域通貨「アトム通貨」

環境に配慮した取り組みは、地域住民に理解されやすく、継続性を保ちやすいが、商店街の売上げにつながりにくいという点で問題もあった。そこで、東京都高田馬場発祥のアトム通貨を平成 21 年 8 月より導入した。アトム通貨は、ハツキタ倶楽部で実施する各種イベントに参加した人やエコ活動に協力した人に 10 馬力を配布しており、加盟店で 1 馬力＝1 円で利用可能である。特に子どもに配布されることが多く、子どもたちには好評を得ている。

(5) イベント

毎年 8 月 30 日（はっさむ）をハツキタの日とし、エコイベントを行っている。環境対策やリサイクル促進に対する企画、地元野菜の直売、環境美化のためのお掃除クイズラリー、エコ意識を高める絵本の読み聞かせ等の各種イベントを行い、1,000 人程度の集客がある。

また、商店街にある発寒神社では秋祭りを神社の中だけで行っていたが、商店街へ広げ、空店舗を利用してアートギャラリーやミニコンサートを行うなど、地域全体の祭りにつなげている。

イベントの様子

５．取り組みによる成果

(1) 成果

前述の様々な取り組みは、まだ商売としての成果に結びついていないが、地域活動としては盛り上がりを見せている。特に子どもの反応が良い。取り組みを通じて商店街も学校も「地元という意識」を持つことが出来るようになる。

また、地域住民の間では、ハツキタ倶楽部が地域活動に取り組む団体であるとの認識が高まっている。学校も協力的であり、小中学校は地域との窓口はハツキタ倶楽部という認識ができている。

取り組みがマスコミに取り上げられることもあり、注目されることがまた地域にとってもプラスの活力になっている。

さらに、西区内には大学がないが、一連の活動を行っている中で、北海学園大学の准教授とつながりができ、商店街において地域出張ゼミを開催することになった。このゼミでは大学生が地域に入り、商店街の SWOT 分析やハツキタマップづくりを行うなど、各種の連携した活動が始まってきている。また、ハツキタ倶楽部がコーディネーター役となって、大学生と地域の中学生をつなげるなどの活動を行っている。

(2) 成功のポイントや工夫

このような成果をもたらしたポイントや取り組み上の工夫として、以下の点をあげるこ

とができる。

- 地域の理解が得られやすく、またお金がかからない環境活動からはじめることで地域を取り込んでいったこと。
- 地域の小中学校の理解と協力が得られ、子どもを取り込んだ活動ができたこと。
- 目先の商店街の売上げを考えるのではなく、40 年後を見据えた長期的な地域づくりの担い手として商店街振興組合が活動を行っていること。
- 地域貢献だけではなく、地域通貨やブランド産品開発等、地域を盛り上げる取り組みに徐々に展開していること。
- 自然発生での取り組みを待つのではなく、主体的に商店街が動き、商店街の人材・知識をいかした活動を行っていること。
- 大学の地域出張ゼミなど、地域外の人材も取り入れて活動の推進力及び賑わいにつなげていること。

６．課題と今後の展望

(1) 環境から福祉活動への展開

同商店街の理事長は、住みやすいまちにしていくため、今後は環境から高齢者福祉に活動を展開したいと考えている。商店街から 1km 離れたところに大型商業施設が立地し、その影響により商店街にあった市場が閉鎖した。高齢者は 1km の距離を歩くのは大変なため大型商業施設に買物に行くこともなく、市場の閉鎖や商店街の衰退により買物難民となっていくことを危惧している。配食サービスのようなかたちよりも、元気な高齢者には出来るだけ商店街に来て欲しいとの思いもあり、高齢者向けの食堂等が商店街に必要と感じている。さらに、冬になると戸建住宅は除雪が大変になることから、商店街の中に商店街の 2 階や空店舗等を利用して高齢者向け賃貸住宅事業が出来ないかと考えている。

また、地域のコミュニティを活用し、地域で助けが必要な人と、それを助ける人とのマッチングのようなことも出来ればよいと考えている。

(2) 活動資金の確保

現在、ハツキタ倶楽部による活動は商店街振興組合の会費により運営しているため、資金面で組合員の負担にならないよう配慮しながら取り組みを行っているものの、今後、活動を展開していく上では安定的な活動資金を確保する必要がある。補助等を受けるにも、全額補助はないため、商店街から残りの資金を捻出するのは難しく、今後の活動では、特に資金面が大きな課題となってくる。

(3) 人材の確保

現在、ハツキタ倶楽部の中枢となって活動する人は 5 人くらいであり、次の担い手となる若い世代も 3～4 人ほどいる。しかし、やはり様々な活動を行うためには、より多くの人

材が必要である。特に若い人材は発想や行動力もあるために、地域の空店舗に若い商店主のテナントがはいるような取り組みが必要で、これには行政からのバックアップも必要と考えている。

また、地域のもう１つのコミュニティである町内会は、会長が80代というところも多く、団塊世代がリタイアしてからもなかなか活動に入り込むことは難しく、地域活動の担い手がいなくなっている。そのような団塊世代を、ハツキタ倶楽部の活動に取り込むことができれば良いと感じている。