



# 商店街における 女性の更なる躍進に向けて



# 目次

## 1. 女性の社会進出と商店街

- (1) 女性の社会進出の法制度化の歩み ..... 1
- (2) 女性の活躍実態 ..... 1
- (3) 女性の活躍と商店街 ..... 3

## 2. 商店街女性部の実態

- (1) アンケート調査にみる商店街女性部の実態 ..... 4
- (2) 商店街女性部等事例にみる活動内容 ..... 8
- (3) 商店街女性部の役割 ..... 8
- (4) 商店街女性部の課題 ..... 8

## 3. 商店街における女性の活動促進ポイント

- (1) 商店街の「仲良き仲間」としての女性 ..... 9
- (2) 女性が商店街で活動しやすくなるために ..... 9
- (3) 女性が活動しやすくなる支援の在り方 ..... 9

## 4. 商店街の女性の躍進に向けて

- (1) 女性の視点を引き出す取り組み ..... 10
- (2) 女性による地域への貢献活動の支援 ..... 10
- (3) 女性による地域とのつながりの強化活動の支援 ..... 11
- (4) 女性部の組織化 ..... 11
- (5) 行政からの支援 ..... 11

## 5. 事例

- (1) コミュニティカフェ<sup>あさぶ</sup>「麻生キッチンりあん」地域の「頼れる商店街」へ  
北海道札幌市・麻生商店街振興組合 ..... 12
- (2) 「一店逸品運動」で商店街・個店の存在意義を追求  
青森県青森市・青森市新町商店街振興組合 ..... 13
- (3) ノスタルジックなまち  
新潟県新潟市・沼垂<sup>ぬつたり</sup>テラス商店街 ..... 14
- (4) 安心安全で豊かな気持ちを支援する  
京都府京都市・御園橋<sup>はちまるいり</sup>801商店街振興組合 ..... 15
- (5) メンバーが自らの手作りでまちゼミ  
鳥取県鳥取市・まちづくりレディース鳥取 ..... 16
- (6) 美商女が輝くハイカラ通り  
愛媛県松山市・道後商店街振興組合婦人会 ..... 17
- (7) 女性によるまちづくり事業の推進 四万十玉姫の会1  
高知県四万十市・四万十商店街振興組合連合会女性部 ..... 18

## 6. 2030年に女性躍進を果たした商店街の将来像(案) ..... 19

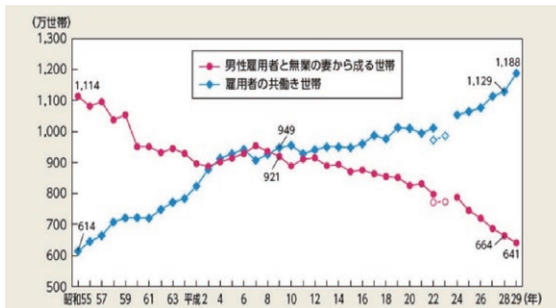
# 1. 女性の社会進出と商店街

## (1) 女性の社会進出の法制度化の歩み

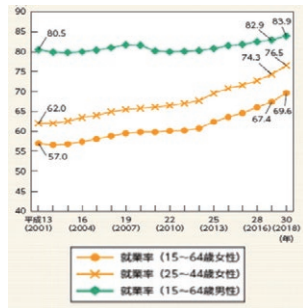
女性の社会進出は年々高まっています。1996年頃から、専業主婦世帯（921万世帯）と共働き世帯（949万世帯）が逆転となり、それ以降の共働き世帯数は増加し続け、2017年には1,188万世帯となりました（図表1）。また、女性就業率も2018年には、25～44歳女性が76.5%、15～64歳女性が69.6%まで増加しています。因みに、男性就業率は83.9%です。（図表2）

女性の社会進出や男女共同参画の動きが活発化しておりますが、その要因は法制度の歩みです。1986年の男女雇用機会均等法、1991年の育児休業法（1995年に育児・介護休業法へ改正）、1993年のパートタイム労働法、2016年には女性活躍促進法、などが施行されました。

（図表1）共働き世帯数の推移



（図表2）女性就業率の推移

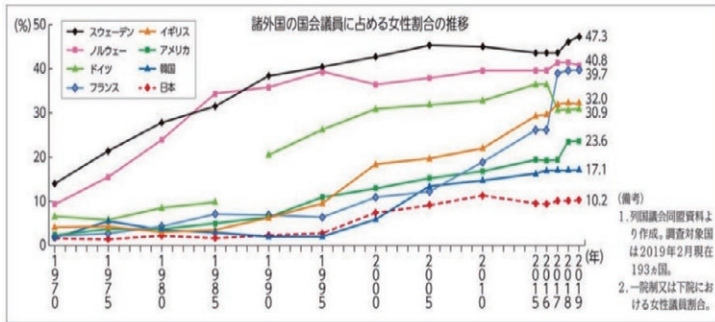


## (2) 女性の活躍実態

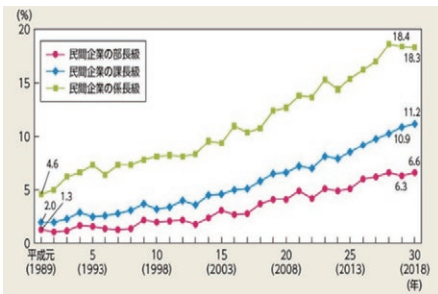
このように、法整備は着々と進み女性の社会進出・女性の活躍促進が見られますが、政府では指導的地位に占める女性（議会議員、法人・団体等の課長相当職以上の者、専門・技術職の特に専門性の高い者）を2020年までに30%とする目標を掲げております。

現状は、女性国会議員（2019年）は10.2%、民間企業の管理職（2018年）は部長級6.6%・課長級11.2%、上場企業の女性役員は4.1%、女性研究者は16.2%と、政府目標とは大きく乖離があります。また、他国と比較しても著しく低い実態にあり、今後のより一層の努力が求められています。（図表3～図表8）

(図表3) 諸外国の国会議員に占める女性の推移



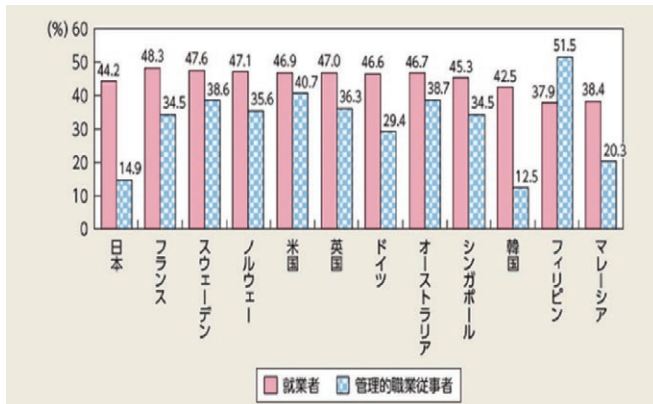
(図表4) 民間企業の管理職における女性比率



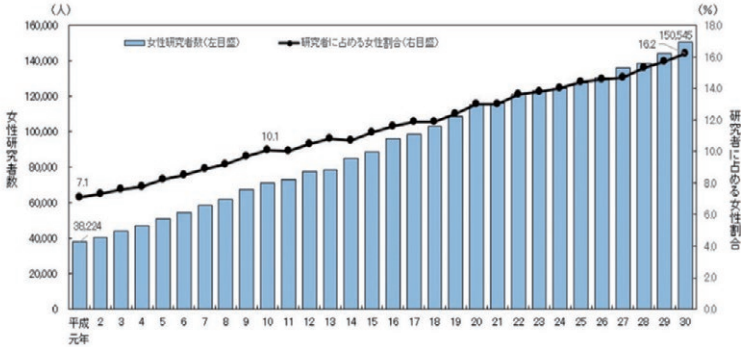
(図表5) 上場企業の女性役員比率



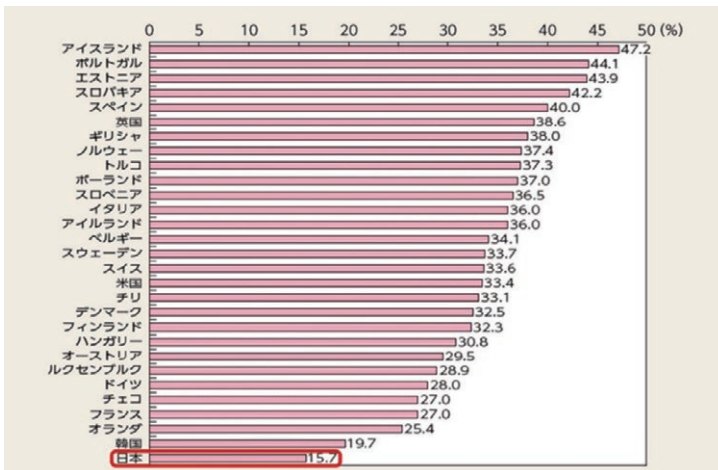
(図表6) 女性管理比率の国際比較



(図表7) 女性研究者数とその割合率



(図表8) 研究者に占める女性の割合の国政比較



### (3) 女性の活躍と商店街

商店街では、お店の切り盛りは多くが女性（奥様）に任されています。言い換えれば、お店は女性による「個店の営業」活動によって支えられ、女性は営々と就業し続けてきました。ただ、その就業はいわば「家庭内」就業であって、家庭の外という「社会」での就業＝社会進出でなかっただけに過ぎませんでした。女性の社会進出というと、第一義的には就業をイメージされてしまいますが、決してそれだけではありません。社会進出の活動は多様です。地域貢献活動も、趣味の活動も、ネットワーク構築に関わる活動等も全て社会進出となります。

商店街の女性は、こうした活動に上手に関わることができますので、ここから女性活躍の道を探る必要があります。

## 2. 商店街女性部の実態

### (1) アンケート調査にみる商店街女性部の実態

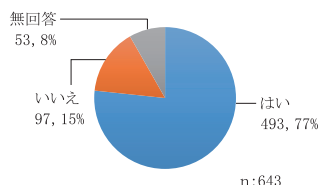
#### ① 現在の女性役員、事務局長

全国商店街振興組合連合会が2020年1月に会員傘下組合を対象に実施した調査結果（有効回答率39.4%）によると、商店街振興組合の女性理事長（代表理事）は、643組合のうち34組合（5.3%）でした。以下、副理事長71組合（11.0%）、専務理事20組合（3.1%）、理事291組合（45.3%）、監事74組合（11.5%）で、女性役員は349組合（54.3%）となっています。なお、女性事務局長は61組合（9.5%）です。

#### ② 女性役員、事務局長の必要性

女性役員、事務局長の必要性については、はい493組合（76.7%）、いいえ97組合（15.1%）で、その必要性を多くの商店街組合で認識しています。必要の理由としては、来街者は女性が多いので女性目線の意見も取り入れたいや女性の感性、お客様対応などを挙げています。一方では、必要ない理由としては、男女の区別は必要ないや人材がない、高齢者が多いなどを挙げています。

女性の役員、事務局は必要性ですか

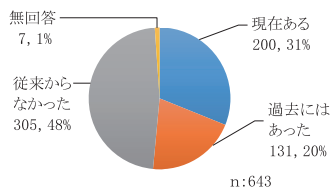


#### ③ 現在の女性部組織

##### ア. 女性部組織の有無

現在、女性部や婦人部、おかみさん会、レディース会などの女性部組織があるのは200組合（31.1%）です。過去にあったところは131組合（20.4%）であることから、現在に至るまでに女性部組織は、約4割減ったことになります。

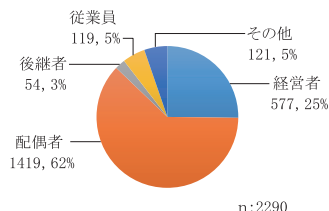
女性部組織はありますか



##### イ. 女性部の構成員

女性部組織の構成員数は15人~25人の組合が多いですが、平均すると13.5人です。その主力年代はほとんどが60~70歳代になります。

女性部構成員の内訳

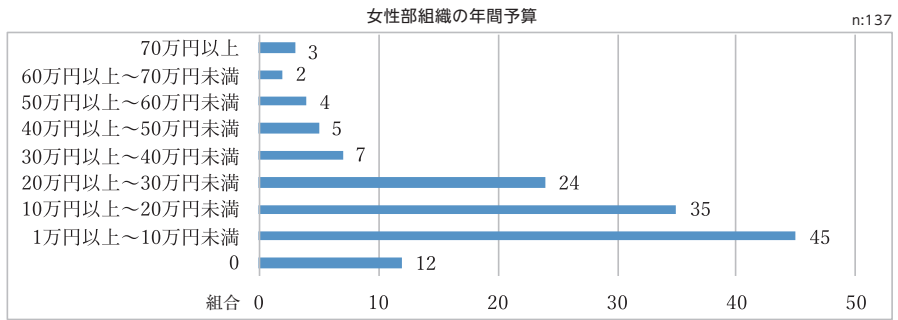


169組合の女性部組織の総構成員数は2,290人

となります。その内訳は、配偶者が1,419人（61.9%）と最も多く、次いで経営者577人（25.2%）、その他121人（5.3%）、従業員119人（5.2%）、後継者53人（2.4%）の順です。よって、女性部組織の1組合当たり平均構成員の内訳は、配偶者8.4人、経営者3.4人、従業員及びそのほかが各0.7人、後継者0.3人となります。

### ウ. 年間予算

年間予算は、予算そのものがない女性部組織もありますが、1万円～10万円未満が45組合（32.6%）、10万円以上～20万円未満35組合（25.4%）、20万円以上30万円未満24組合（17.4%）で全体の3/4を占めています。



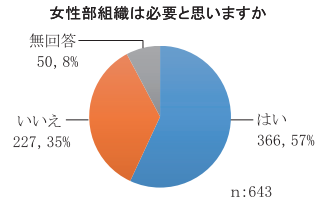
### エ. 年間の活動

商店街女性部では、多様な活動を行っています。

- i. 美化活動（一斉清掃、花植え・管理、クリスマスツリー飾り付けなど）
- ii. 行事への参加（餅つき、雛祭り、桜まつり、節分、七夕まつり、夏祭り、盆踊り、秋祭り、神社大祭、酉の市など）
- iii. 研修・教室の開催（先進地視察、親子料理教室、消費者懇談会、主婦の会意見交換、講習会への参加、定例会、手作り教室、教養講座など）
- iv. 販促活動（まちゼミ、オリジナル商品開発、フラッグ製作、売り出し、各まちバル、フリーマーケット、一店逸品運動、マップ作成など）
- v. 個店間のコミュニケーションづくり（新年会、懇親会、旅行会、暑気払い、日帰りバス旅行、食事会、忘年会など）
- vi. 手伝い、協賛等（親会や地域商店街、自治会、関係団体のイベント等のお手伝い、補助、協賛、サポート、ボランティア活動など）
- vii. イベントの実施（老人と童謡を歌う会、川柳の募集、コンサート、イベント等の企画立案、おかみさんまつり、紙芝居、着物ぶらり歩きなど）
- viii. 社会活動（防犯・防災訓練、炊き出し、年末夜警、募金活動、子供食堂、エコ活動、チャリティイベントなど）

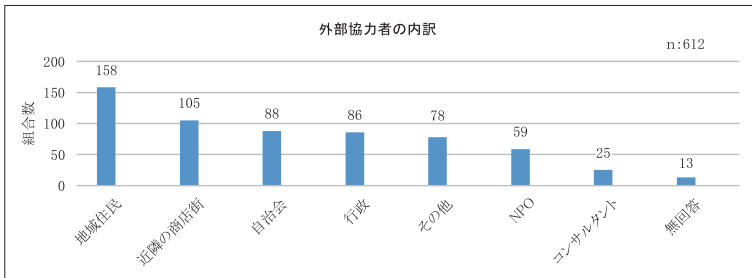
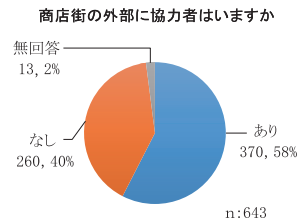
#### ④今後の女性部組織の必要性

組合において今後の女性部組織の必要性については、はい366組合（56.9%）、いいえ227組合（35.3%）、無回答50組合（7.8%）です。はいの理由は、女性ならではの視点、コミュニケーション、消費者目線などを挙げています。一方、いいえの理由は、性別での区別はないや人材がいない、高齢者が多いなどを挙げています。



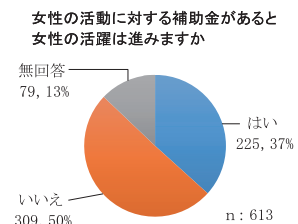
#### ⑤商店街外部の協力者

商店街外部に協力者がいるところは370組合（57.5%）、ないところは260組合（40.4%）、無回答13組合（2.0%）です。外部協力者の内訳は、地域住民が158組合（25.8%）で最も多く、次に近隣の商店街105組合（17.1%）、自治会88組合（14.3%）、行政86組合（14.1%）、その他（学生、子ども会等）78組合（12.7%）となっています。



#### ⑥女性の活躍に対する補助金について

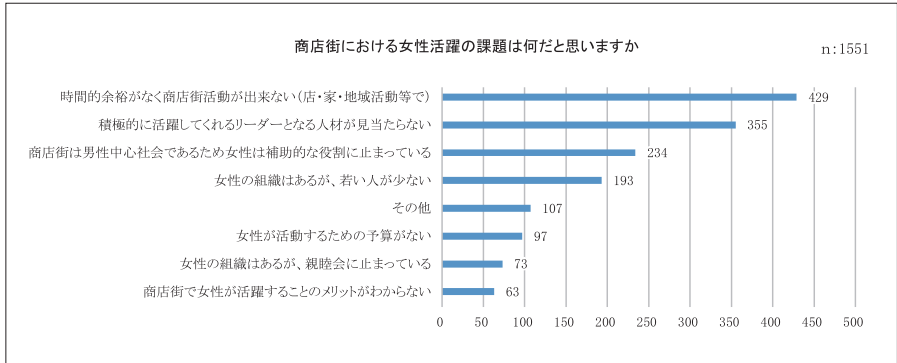
女性の活動に対する補助金があると活躍が進みますかという設問に対して、はいが225組合（36.7%）、いいえが309組合（50.4%）、無回答79組合（12.9%）です。はいの理由は、モチベーションの向上や資金不足の解消などです。一方、いいえの理由では、補助金よりも意識の問題や企画内容の如何、女性組合員がいない、家庭やPTA活動等の関係で商店街活動に積極的になれないなどを挙げています。





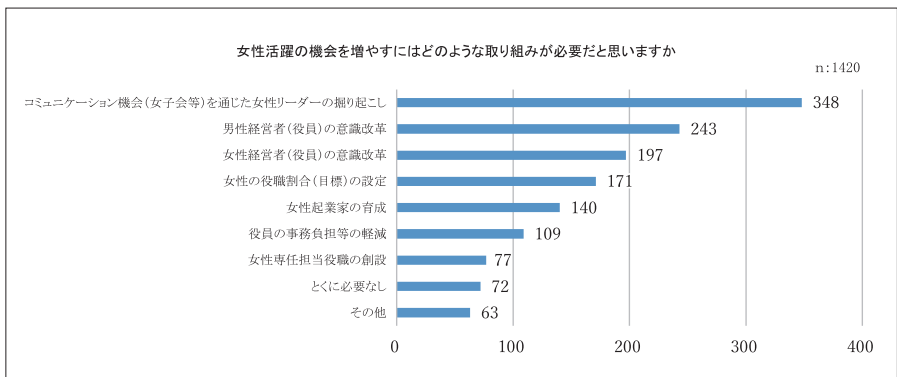
## ⑦女性活躍の課題

女性活躍の課題は、時間的余裕がなく商店街活動ができないが429組合（27.7%）で最も多いです。次に積極的に活躍してくれるリーダーとなる人材が見当たらない355組合（22.8%）、商店街は男性中心社会であるため女性は補助的な役割に止まっているが234組合（15.1%）です。（8項目から3つ選択）



## ⑧女性活躍の機会を増やす取り組み

女性活躍の機会を増やす取り組みについては、コミュニケーション機会を通じた女性リーダーの掘り起こしが348組合（24.5%）で最も多いです。次に男性経営者（役員）の意識改革243組合（17.1%）、女性経営者（役員）の意識改革197組合（13.9%）、です。（9項目から3つ選択）

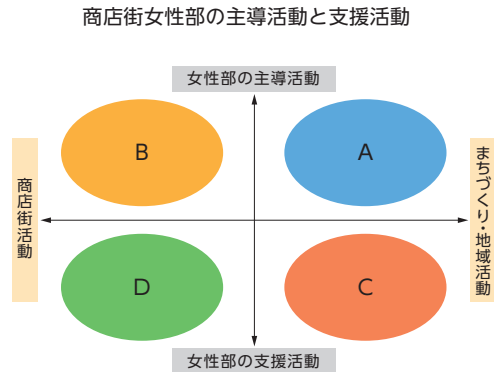


## (2) 商店街女性部等事例にみる活動内容

商店街女性部の活動内容は、商店街活動（各種イベント等の参加、環境美化運動、交流会・研修会の開催など）と、まちづくり・地域活動（地域祭り・行事への参加、地域と連携したこども食堂の開設、募金活動など）となります。詳細は、後掲の5.事例を参照ください。

その取り組みの関わり方については、事業企画から計画・実施まで女性部が主導するものと、商店街の親会等が事業企画から計画・実施まで主導し女性部が支援するものとに分け、女性部の目指す方向を分析しながら図示しました。

この図は、Aは商店街女性部が事業を主導し商店街も含めた中心市街地活性化等に寄与する領域、図のBは商店街女性部が事業を主導し主に商店街活性化に寄与する領域、図Cは商店街親会等が事業を主導し中心市街地活性化等に女性部が支援する領域、図のDは商店街親会等が事業を主導し商店街活性化等に女性部が支援する領域、を示しています。



## (3) 商店街女性部の役割

アンケート調査に見られるように、女性部組織について約6割が必要性を認識しております。商店街の活動において、女性の視点やコミュニケーション力等を活かした取り組みや活動が地域からも期待されており、これに応える女性部や女性の役割は大きく重要なものとなっています。

## (4) 商店街女性部の課題

商店街においても女性役員は少しずつではありますが増えてきております。この動きを進めていくにあたっては、男性・女性の意識改革、女性役員の登用、活動予算の確保・引上げ、組織（商店街・女性部）への誘因等の課題を掲げて、動きだすことが大切です。

## 3. 商店街における女性の活動促進ポイント

### (1) 商店街の「仲良き仲間」としての女性

商店街の会議等は多くが男性のみで進められているようです。ここに女性に加わりますと、これまでと少し異なった雰囲気 of 会議等となり、考え方の新たな視点として気付かせられることにもなります。1人より2人、2人より3人と「組織の仲良き仲間」として女性の参加の場を増やしたいものです。

それには、親会の理解もあります。親会と女性（青年）の間を取り持つ話しやすく信頼を受けた“中間管理職”の存在が重要となります。

### (2) 女性が商店街で活動しやすくなるために

女性活躍という言葉は、外的にはプラス評価となります。しかし、内的には少なからず性別を問わず必ずしもその意味を持たないこともあります。今回の事例をはじめ全国の活発な女性リーダーの方々は、「活躍しているとは思わず、日々お店・商店街・地域のために思い、地道に・当たり前・苦しい時もあるが楽しく活動」を積み重ね続けています。

こうしたリーダーの可能性を持った、或いは潜めた女性は必ずどちらの商店街にもいる筈です。そして、適任者がいたとしても、周りのサポートがなければ持てる力を引上げて存分に発揮することは困難です。それには、女性の発言や意見を尊重し、商店街の幹部や中間管理職はじめ、周囲の温かな支えと理解が必要不可欠となります。

女性は、危機感「やむにやまれぬ想い」から「アクション（行動）」を起こします。PDCAサイクルのPlanでなくDoから入り、仲間に声を掛けて活動をはじめられる例が見受けられ、男性とは違った行動パターンをとります。

また、一般的に、女性は細かいことは得意ですが全体を見渡すことは苦手と思う男性、あるいは女性もまだ多いかもしれません。

しかし、組織においてのポジションを得ることで責任感が芽生え全体を見渡すことが出来てきます。有望な女性がいましたら、すぐには無理でも少しずつ意向を確認しつつ、役職を受けてもらうよう努めましょう。

### (3) 女性が活動しやすくなる支援の在り方

女性が商店街で活動しやすくなるためのポイントとしては、①事務局体制の充実、②ボトムアップに対応できる柔軟な施策、補助金、③女性の活動の見える化の一の3点です。

申請書類や収支計算の煩わしさをサポートしてもらえば、女性は伸び伸び活動できますので、事務局の充実を図ることも重要です。また、女性の活動は予算や期限ありきではなく、柔軟性をもった施策や補助金が女性の活動を広げるものと思われまます。そして、これからは、商店街の女性活動のデータベース化やSNSを活用したネットワークの推進によって、活性化のアイデア、課題解決、人的交流が図られることが重要となります。

## 4. 商店街の女性の躍進に向けて

### (1) 女性の視点を引き出す取り組み

女性の視点を商店街活動に取り込んでいくためには、商店街活動や事業運営についても、女性の意見を反映した活動や運営を試みることです。その事業や運営の効果は女性達へフィードバックし、女性自身の参画意識を高めていくことが大切です。次に、提案者はじめ意欲的な女性については、責任ある役割分担を引き受けてもらえるようコミュニケーションを重ねて納得いただきます。そこからチームづくりを行っていくことが、より多くの女性の参画を進める手法となります。

### (2) 女性による地域への貢献活動の支援

女性による商店街の活動を進めて行くためには、次の支援体制が必要です。

- ① これまで男性が主体となって行ってきた商店街の活動や事業に女性のアイデアや視点を取り入れていく機会を増やす。
- ② 商店街活動に対して女性の意見を定期的に収集する機会を設ける。
- ③ 女性の活動の意義を組織全体で認識し、バックアップしていく体制づくりをする。
- ④ 女性の視点から生まれた具体的な活動に対して、男性も積極的に関わり、役割分担していく。
- ⑤ 活動の成果と計画との差異を分析し、当初目標以上の成果があった場合も含め検証のためのミーティング機会を設け、さらに次の目標づくりや再計画立案の流れをつくる。
- ⑥ 成果を多くの視点から判断する360度評価（商店街、地域、行政などを含めた全体評価）を実践し、小さな参加からでも成果を明らかにして全員で共有していく。

### (3) 女性による地域とのつながりの強化活動の支援

これまで行政、公的機関、金融機関、教育機関をはじめ地域団体等との連携やそれ以外にも外部との交渉事などは、男性が中心となって行われてきました。しかし、近年の地域活動においては女性の参加は目覚ましく、商店街活動においてもこれらの場面での女性の担当者の参加を促進することで、地域とのつながり力を発揮するメリットが見受けられます。これからは、外部団体等と商店街が関わる渉外的活動の場面にも、女性の自発的な意思や意見を尊重し、女性の参加を促進していく体制や配慮が求められています。

### (4) 女性部の組織化

舞台なきところには人は集まりません。集まっても、目標がなければ、組織としての行動力は薄れてしまいます。それには女性部や女性の様々な参加活動が商店街活動の一つの柱となるよう目標をもって可能なものを足掛かりに進めて行くことが組織の強化や組織化を含めて成果につながることであります。

### (5) 行政からの支援

商店街は商いの場だけでなく、学ぶ、育てる、働く、相談する、遊ぶ、食べる、集まるなど地域の多様な要望に貢献する場でもあります。そこには年々、女性が携わる活動が増え効果を上げているとともに、行政からの支援がみられます。

今後も女性の活動は増加していく傾向が予想されております。行政からは資金面に限らず、女性の活躍に貢献する情報データベースの構築や人材育成支援、活動場所の提供等のきめ細かな支援策、商店街にはより一層の女性活動の取り組みを進めることが期待されます。



## 5. 事例

### (1) コミュニティカフェ「<sup>あさぶ</sup>麻生キッチンりあん」地域の「頼れる商店街」へ 北海道札幌市・麻生商店街振興組合

立地特性等	札幌駅から9分の地下鉄(南北線)麻生駅、JR新琴似駅、バスターミナルがあり、市内中心部や近郊、石狩等を結ぶ交通の拠点。
組合員等	組合員84人。女性部は2017年設立、現在8人で構成。女性理事は1人。事務局3人のうち2人は女性。
商店街概況	地域のシンボリックな「五差路」を中心に、飲食店、病院・医院、金融機関、一般事業所も多く立地する地域型商店街。業種構成は、小売業17%、飲食業33%、サービス業28%、その他22%。(組合員外も含む)

#### ■ 事業概要

ハード事業: 駐車場、防犯カメラ、資源ごみ回収ボックス、防災備品倉庫。

ソフト事業: 少子高齢者支援、亜麻そば会食、おてらくご(近隣の寺での落語会)、地区住民との夏祭り・ボウリン・パークゴルフ、麻生キッチンりあん事業など。

#### ■ 女性活躍の取り組み

麻生キッチンりあん事業は、市の商店街再生事業(学生アイデアコンテスト)で準優勝を獲得した女子大学生の提案の「ひとり親家庭の子どもたちの居場所づくり・学習支援・栄養バランスのとれた食堂の提供」が契機となる。これに心を動かされた女性理事(現副理事長)が商店街の参画を組合へ働きかけ、前理事長の空き店舗活用や市の補助金支援、女子学生との連携により2013年から開設。翌年に名称を麻生キッチンりあんに変更(りあんはフランス語Lianでつながるの意)。2016年に現在地に移転。2017年に商店街の女性が中心的に活動をサポートし、女性部の設立、花いっぱい事業の開始などが評価され経済産業省中小企業庁の「はばたく商店街30選」を受賞。2019年には、子ども食堂は商店街周辺の問題ではなくなってきたためNPO法人化(理事長は商店街事務局の女性)。

現在の活動は、日替わりシェフ、棚貸し(ボックスショップ)、貸しスペース、学習支援、りあん通信の発行(毎月)、わいわい会議など。

#### ■ 更なる女性の躍進に向けて必要なこと

- ポジティブに明るく活動する
- アイデアを出し合い企画、実施する
- 女性の発案について理解を深め、ともに行動する
- 女性理事を増やす
- 男性の理解とサポート
- 行政の継続的補助



## (2) 「一店逸品運動」で商店街・個店の存在意義を追求

### 青森県青森市・青森市新町商店街振興組合

立地特性等	JR青森駅前から東に伸びる。駅、フェリー航路、青森空港など、陸・海・空の「玄関口」として、重要な位置を占める。青森の中心市街地で、多くの商店、飲食店、金融機関、宿泊施設が建ち並び、市民及び国内外から多数の人が訪れる。
組合員等	組合員は108人。青年部は15人で構成、うち女性は3人。新町商店街を中心とする7商店街で構成する青森市中心商店街女性部は45人。
商店街概況	商店街の延長は、直線状に880m。業種構成は、小売業21.3%、飲食業35.2%、サービス業14.8%、その他28.7%。

#### ■ 事業概要

ハード事業:アーケード

ソフト事業:一店逸品運動事業（逸品研究会・逸品フェア、逸品お店回りツアー、地産地消逸品ビアガーデン、ちよい飲み・つまみ食いツアー、観光逸品ツアー、ハロウィン・クリスマス逸品ツアー）、商店街花植え活動、しんまちふれあい広場、しんまち楽市楽座、しんまちハロウィンストリート、クリスマスじゃんけんサンタなど

#### 【中心商店街女性部及び新町関連広域事業】

アップルバレンタイン、あおもり灯りと紙のページェント、AOMORI冬まつり、あおもりバル街（広域）レシート・ウォーク・ラリー、ねぶた&YOSAKOI・AOMORI春フェスティバル

#### ■ 女性活躍の取り組み

2003年に一店逸品運動研究会を商店街青年部が中心となって立ち上げ、以来現女性部事務局長がリーダーを務める。「個店がそれぞれ、専門店ならではのおススメの逸品を毎年新たに発掘・開発し、年間を通してお客様にアピールすることで、常に自店の品揃え・方向性・ターゲット設定などを自発的に見直していく取組。これによって、顧客に必要とされる個店であり続ける事ができ、その存在意義によって、真の商店街・地域活性化に寄与できる」という、新町ならではの取組を18年間続けている。毎年、逸品カタログ作成、新聞折込、のほり、ポスターのアピールに加え、独自にブラッシュアップし続ける逸品お店回りツアーを開催（視察対応や観光逸品ツアーも含め年10数回実施）。商店街逸品メンバーがガイドとなり、一般公募（参加費は昼食・おやつ付1,500円程度）のお客様と、商店街の逸品店を数店回るもの。女性ならではの細かい心遣いが、各企画の随所に発揮され、逸品の良さに加え、個店や商店街メンバーの魅力も伝わり、商店街の好感度アップに繋がる人気を維持しながら、これも18年間継続している。



#### ■ 更なる女性の躍進に向けて必要なこと

- ・場面 場面で、何が最も大切かを見失わない事に心を砕き、「女性だから」と気負わず活動
- ・自分達の力でできそうな事はまずやってみる
- ・発想が柔軟で独創性あふれる女性達の活動に、生かしやすい形に設定された補助金の活用

### (3) ノスタルジックなまち

#### 新潟県新潟市・沼垂<sup>ぬったり</sup>テラス商店街

立地特性等	JR新潟駅から徒歩20分、市バス7分、タクシーで5分。新潟市中央区の信濃川河口近くの寺町に位置し、かつては市場として賑わっていた地域。
組合員等	27人で構成。商店街は㈱テラスオフィスが管理運営。
商店街概況	商店街の形状は約200mの直線型の片側商店街。業種構成はサテライト店を含め、工房(製造小売)8店、小売業8店、飲食業5店、サービス業10店、その他1店。

#### ■ 事業概要

ハード事業: 2017年に老朽化公衆トイレ改修、店前道路の一部改修

ソフト事業: 朝市・冬市(月1回:第1日曜日)、夜市(年3回)

#### ■ 女性活躍の取り組み

沼垂テラス商店街の前身は市場。近くにあった石油、硝子の大工場の撤退、郊外へ複数の大型店の進出、経営者の高齢化と後継者難などが進み、2000年代に入るとシャッター通りに。この地で生まれ育った弟が「何とかしたい」と姉に協力要請があり地元愛から行動を開始。2014年3月に活性化を目指して運営会社を設立(弟が代表、姉が専務)、市場が解散するのを機にシャッター通り長屋を買い取り、商店街ACTIVE再生プロジェクトの舵を切った。長屋の古い外観はそのままだが、市場の名残を生かした飾らないもので、テナント料もリーズナブルなことが

若い人や女性に共感され、2015年春にはすべての店舗が埋まり、ノスタルジックな雰囲気漂う「沼垂テラス商店街」として新たな商店街を誕生させた。

商店街最大のイベントは、朝市。毎月第1日曜日に常設店と市内外からの特別出店者の概ね60店で開催し、県内外より1,000人から多い時には4,000人の集客で賑わう。朝市の特徴は、パン、子供、犬と猫、コーヒーなどのテーマをもって実施。これに関連したお店が集まることで、規模が大きくなり魅力的なものになる。

この他、夜市や、オリジナル商品づくり、ギフトセット、空き家活用のサテライトづくりなどを展開。専務を中心に、テナントの女性出店者と一緒になってSNSなどの情報発信に力を入れ、成果につなげている。

#### ■ 更なる女性の躍進に向けて必要なこと

- ・女性ならではの視点をもって仕事を丁寧、誠実、一つ一つ粘り強く、信頼を得る様に取り組んでいくこと
- ・女性であることを意識しないで行くことが重要である
- ・女性の新たな活動に対して、起業の実務に照らした丁寧な支援策、支援制度、支援体制の構築が望まれる





## (4) 安心安全で豊かな気持ちを支援する

### 京都府京都市・御ほちまるいち蔭橋 801 商店街振興組合

立地特性等	京都駅から京都市営バスで「上賀茂御蔭橋」バス停下車、約30分。京都市北部に位置し、世界遺産の上賀茂神社から鴨川に架橋された御蔭橋に隣接する近隣型商店街。
組合員等	組合員79人。賛助会員29人、非組合員20人。役員構成は、男性10人、女性1人(理事長)。
商店街概況	商店街は800mに及ぶほぼ直線型の商店街。名称はこの全長より未来へ向けて一歩進むの意を込めて名付けられた。業種構成は、小売業24店、飲食業14店、サービス業24店、その他46店。

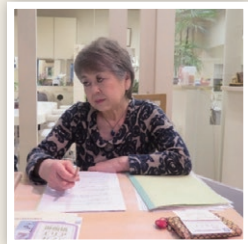
#### ■ 事業概要

ハード事業: 801コミュニティ広場、ベンチ式花壇、街路灯、防犯カメラ、外国人対応多言語案内版、Wi-Fiの設置。

ソフト事業: 商店街キャラクター「やおいちゃん」制作、清掃活動(第2金曜日)、葵祭接茶(5月15日)、御蔭橋フェスティバル(10月第3日曜日)、801ボーリング大会(8月1日)、京都マラソン応援(2月)、クリスマスキャロリングナイト(12月)、買い物代行・同行、七夕ビアガーデン、ゴルフ大会(9月)、京都市プレミアム商品・サービス券利用促進事業、やおいちゃんキッチン、多言語対応ホームページ、多言語ガイドマップなど。

#### ■ 女性活躍の取り組み

2010年には商店街振興組合として全国的に数少ない女性理事長に就任。以来、理事長のリーダーシップの元、これまで構築されてきた人間関係や行政、各種団体等の連携・支援によって、ハード及びソフト事業は様々なアイデアをもって実現。地域住民が楽しく、安全・安心に暮らせる優しいまちづくりを推進する。2011年に商店街の中央に開設した、空き店舗を活用したコミュニティサロン「801広場」は、カフェ、習字、将棋などの各種教室、子供食堂「やおいちゃんキッチンカレー」など、地域の高齢者や子育て世代の声を反映した取り組みが行われている。



#### ■ 更なる女性の躍進に向けて必要なこと

- ・女性特有の柔軟性と忍耐強さを発揮
- ・意見交換会等の日常的なコミュニケーション機会を通じて情報伝達、意思の伝達の工夫をして、躍進の基盤となる相互理解を強める
- ・家族の理解が必要である
- ・活動の輪を広げていく
- ・参加のためのきっかけをつくる
- ・少しずつ多くの事業で役割分担していく

## (5) メンバーが自らの手作りでまちゼミ

### 鳥取県鳥取市・まちづくりレディース鳥取

立地特性等	鳥取駅より徒歩5分。鳥取駅周辺及び鳥取城跡周辺の商業施設や公共施設が集積している地区を中心として、文化教育、街なか居住、商業機能ほか多様な都市機能が集積している。
組合員等	39人
商店街概況	鳥取市内の9商店街から集まった女性の任意団体 業種構成は、小売業60%、飲食業2%、サービス業38%。

#### ■ 事業概要

ソフト事業: 七夕まつり開催、手作りマップ作成、繁盛店づくり事業、  
レディースだよりの発行、城下町「はな\*はな鳥取回廊」、まちゼミ開催、  
はなはなバザール開催など。

#### ■ 女性活躍の取り組み

経済団体の呼びかけによる2年間の女性だけの勉強会（83人参加）が終わろうとしていた時、メンバーからの「これをそのまま終わらせてしまいたくない」という多くの声に促されて、まちづくりレディース鳥取は2003年、女性の視点での商業活性化を目指して街づくりを推進することなどを目的に、商いや街づくりに関心のある73人の女性達（市内中心市街地内の10の商店街）が集集して発足した。



現在、力を入れているのが2013年から開催する街ゼミである。第1回目は59講座（参加店舗数46店）を開設し、総受講者数は610人に及んだ。以降、講座数、参加店舗数、受講者数も安定して推移している。最近では講座内容の重複を避けるために、あるいは消費者ニーズに合わせるために、参加希望者の選択をするほどである。また、商業者以外の方からの講座開設希望もあるために、期間中に別途会場を設定して、「はなはな特別講座」も開いたりしている。まちゼミチラシは講座一覧を掲載するが、単に講座内容に応じて色分け・分類分けすると毎年チラシの同じ場所に同じ店が配置されることが多く、マンネリ化しているように見えてしまう。そこで、色分けは維持しながら、配置をバラバラにすることで、講座内容の変化が感じられるように工夫している。すべてをまちづくりレディース鳥取のメンバーが自ら手作りするによってこそ得られた効果である。まちゼミは年1回、現在11月（1日から30日まで）に開催する。なお、日常の組織のやり取りはLINEである。

#### ■ 更なる女性の躍進に向けて必要なこと

- 若い人たちをまちに呼び戻す、街を知ってもらえるような活動を模索していく
- 垣根を超えた人間的なネットワークを持っていることが女性の強みであるので、そういう能力を発揮できる女性陣への世代交代を進めていくこと。

## (6) 美商女が輝くハイカラ通り

### 愛媛県松山市・道後商店街振興組合婦人部会

立地特性等	伊予鉄道「JR松山駅前」から終点の「道後温泉駅」まで約30分。 伊予鉄バスで約25分。道後温泉のシンボルである本館に隣接する。
組合員等	組合員は61人。役員は17人で、うち3人は女性。 婦人部会は18人。
商店街概況	商店街は、道後温泉駅から道後温泉本館をL字型アーケード約250mで結ぶ、道後温泉のメイン通りである。 業種構成は、小売業83%、飲食業16%、その他1%。

#### ■ 事業概要

ハード事業: アーケード改修、FreeWiFi

ソフト事業: 一遍上人いっぺんしょうにんの起き上がりこぼしの手作りオリジナル人形販売、

手書き絵手紙の掲示、道後湯玉音頭・ボンダンス、美商女マップの作成、スタンプラリー、道後村めぐりなど。

#### ■ 女性活躍の取り組み

1969年に道後温泉商店街振興組合婦人部会は、組合員の店主配偶者の親睦を深めるために、52名で発足した。おかみさん同士の結束力を高めながら商店街の事業を手伝ってきたが、1995の阪神淡路大震災で観光客は激減し商店街は閑古鳥が鳴くような事態となる。婦人部会として「何かできないか」。これを機に、先進商店街の視察等を通じた女性部会の啓発活動が続けられた。

こうした中で、各方面から反響を呼ぶことになるのが、2014年の美商女マップ。このマップは道後らしい美商女（おかみさん）との出会いとコミュニケーションを楽しんでもらう、おもてなしをコンセプトに作成され、婦人部会メンバーの顔写真と自己紹介入りでより親しみやすいものとなっている。2015年に美笑女マップ、2017年にインバンド対応として中国版マップと相次いで作成した。

婦人部会では、商店街の横の道路で毎月第4日曜日に開催される日曜日・湯あがり朝市の後援、商店街の売出し、初子祭り、春・秋まつり、カウントダウンなどを支援。お揃いのピンクのスタジアムジャンパーを着てお客様を出迎え、コミュニケーション力を発揮し、賑わい感を高めている。

#### ■ 更なる女性の躍進に向けて必要なこと

- ・仲間意識の向上や結束力の強化、女性としての感性の発揮
- ・商店街や地域のことなどに積極的に参加し感心をもつ
- ・全国の先進地商店街の視察・ヒアリングで得た情報を活動に活かす



## (7) 女性によるまちづくり事業の推進 四万十玉姫の会

高知県四万十市・四万十商店街振興組合連合会女性部

立地特性等	土佐くろしお鉄道「中村駅」より徒歩15分。高知県西部に位置し、かつて一条家が京都を模して碁盤の目状のまちづくりをここ中村(現・四万十市)で行い、その名残があり「小京都 中村」と呼ばれている。四万十市の中心市街地商店街。
組合員等	15人(四万十玉姫の会のメンバー)。この他の会員は、準会員1人、賛助会員8人(男性を含む)、サポーター会員8人(男性)。
商店街概況	市内の5商店街のおかみさんから成る。 業種構成は、小売業80%、飲食業6.7%、サービス業6.7%、その他6.7%。 女性部予算は140万円。

### ■ 事業概要

ハード事業: 情報看板設置

ソフト事業: 美人のお守り製作、玉姫様の小箱開発、毎月22日は玉姫様の日、玉姫様のお墓掃除、紙芝居・玉姫様のおはなしの上演、四万十市まちあそび人生ゲーム、手紙ワークショップ、玉姫まんじゅう、玉姫エコバック、小学校通学街頭指導など。

### ■ 女性活躍の取り組み

四万十市商店街振興組合連合会の呼びかけで、市内の6の商店街のおかみさんが集まり女性部を平成2005年に発足。女性部は中村の歴史を学び、マップ作りをする中で、一時代を築いた一条家2代目当主の冬房に嫁いだ伏見宮邦高親王の王女である玉姫様を知る。これが契機となって、2008年に会の愛称を「四万十玉姫会」に決め、玉姫様の嫁入れ日・命日が同じ22日であったことに因んで、毎月22日を玉姫様の日とし、お買い得商品の売出し等が現在も続く。活動はソフト事業のとおり、玉姫様をキャッチフレーズにモノ・コトに対して玉姫様のブランド展開が行われている。注目イベントが「四万十市まちあそび人生ゲーム～タイムスリップしてきた玉姫様」。鳥根県出雲市の平田本町商店街の「人生ゲーム」を参考に2018年から開始し、多くの地域の方が参加する賑わいイベントとなっている。



### ■ 更なる女性の躍進に向けて必要なこと

- 一緒に活動するメンバーを増やす
- 女性の発想を活かす
- 他業種や商店街内外の様々なグループと連携を図る
- 地域貢献できることを進めていく
- 情報収集と発信力を高める
- 女性らしい「虫の目」、視野の広い「鳥の目」、流れを読む「魚の目」の視点をもって活動する

## 6. 2030年に女性躍進を果たした商店街の将来像（案）

(1) 商店街の事業効果を追求するために適切な役割分担を探る中で、女性の役割が再評価され、両性の意識改革を通じて商店街の組織文化が一新され、個店の経営改善及び地域との共生が進化し、次代を担う経営者とリーダーが輩出されて持続可能な商店街のシナリオが広く関係者に共有されている。

- ① 商店街事業にPDCAサイクルを採り入れ事業効果を見極めるとともに、両性の参画によって時代の要請に合う持続可能な商店街づくりを推進する。
- ② 商店街の伝統的な役割分担の考え方を改め、若手や女性が適材適所で活躍できるように組織文化を一新することで世代交代と次代を担うリーダーを輩出する。
- ③ 個店の魅力を引き出す商店街事業を展開し、異業種からなる商店街の特徴を最大限に活かすことで、地域生活者の生活の質の向上及び困りごとに対応できる、関係者が働きがいを感じる商店街づくりを進める。
- ④ 商店街振興組合法第44条の規定によると、商店街理事のうち3分の1未満は組合員または組合員たる法人の役員以外の者でも就任することができる。すなわち、外部の者や従業員や大学生でも総会で承認されれば役員に就任することは可能である。人生100年時代のライフシフトや副業が推奨される中で、外部の知恵や能力、ネットワークや情報を商店街に取り込むことなども検討する。
- ⑤ 高齢者だけでなく若者の単独世帯が増えることが予測される中で、誰ひとり取り残すことなく、地域の居場所となるような持続可能な商店街づくりに挑戦する。

(2) 女性リーダーの活躍ぶりとともに、リクルート及び役職者登用のプロセスが憧れのロールモデルとして発信され、表彰制度にも勇気づけられ女性リーダーが着実に増加している。

- ① 商店街で活躍する全国の女性リーダーの活躍ぶりをロールモデルとして動画を配信する。全国レベルで女性リーダーのプロフィールを動画で紹介するプロジェクトを大学生や専門学校生によるコンテスト形式で実施することも一案である。
- ② その際に、女性の行動特性の身近さをコンテンツに入れるよう工夫をする。

- ③女性を中心として商店街活性化に大きく貢献する企業・団体・組織・グループを対象に、組合有志や単組を超えた任意グループも対象とするなど、形式要件に拘り過ぎない表彰制度を創設し、SNSを活用することでその活動を広く周知し、まちの賑わい創出や社会課題の解決に資する活動を地域企業に啓発する機会を増やす。

### (3) 女性躍進を支援する施策が創設され、その事業成果が高く評価されている。

- ①はじめに補助金ありきではなく、予算規模は少額ながら実績に応える形で社会貢献に向けた取り組みが顕著な女性部の活動を支援する、表彰と補助金を掛け合わせた新たな施策創設を行政に働きかける。
- ②柔軟さに対応できる魅力を引き出し、次代のリーダーを発掘するためのパイロット事業と位置づけ、申請者は事業成果が適正に評価されるよう真摯に取り組む。
- ③表彰と補助を受けた組織は次代のリーダー輩出に尽力するとともに、商店街の社会性について周知に努める。



## ■ 商店街近代化推進シリーズ

---

平成 9年度	No.43	中心市街地の活性化と商店街
平成10年度	No.44	中心市街地商店街の活性化方策
平成11年度	No.45	商店街活性化のためのマネジメント
平成12年度	No.46	商店街運営の円滑化に向けて
平成13年度	No.47	個店・商店街のマーケティングのあり方
平成14年度	No.48	より快適な商業空間をめざして
平成15年度	No.49	商店街インターネット活用術
平成16年度	No.50	産学連携による商店街の活性化
平成17年度	No.51	円滑な一店逸品運動の実施に向けて
平成18年度	No.52	中心市街地・商店街における空き店舗対策の展開
平成19年度	No.53	商店街ブランドづくりに向けて
平成20年度	No.54	商店街と地域連携
平成21年度	No.55	商店街エコ活動
平成22年度	No.56	おじいちゃんおばあちゃんのための商店街づくり
平成23年度	No.57	アンテナショップによる商店街の活性化
平成24年度	No.58	商店街の可能性を目指して
平成25年度	No.59	商店街青年部・女性部による商店街活性化
平成26年度	No.60	商店街とまちづくり会社
平成27年度	No.61	商店街とコミュニティ
平成29年度	No.62	商店街のインバウンド対策
平成30年度	No.63	商店街の活動財源をどうするか

### 全国商店街振興組合連合会

〒104-0033 東京都中央区新川2-22-6 SJビル3F

電 話：03-3553-9300

F A X：03-3553-9303

<http://www.syoutengai.or.jp/>



全国商店街振興組合連合会

<http://www.syoutengai.or.jp/>

