令和３年度「千代田学」に関する区内大学等の事業
提案制度　事業実績報告書

研究事業名

千代田区の商店街の活性化についての調査・研究

法政大学　地域研究センター

目次

1. 「千代田学」事業の概要・目的 2
1.1. 背景 2
1.2. 事業目的 2
1.3. 区との関連性・区政や地域への貢献 2
1.4. 事業計画・研究手法 3
1.5. 学生の活用 3
1.6. 千代田区地域振興部商工観光課との協議 3
1.7. 商店街の変更と追加 6
1.8. 千代田学について 7
2. 法政大学地域研究センターのプロフィール 8
2.1. プロジェクトリーダーおよびメンバー 8
3. 学生によるフィールドワーク 9
3.1. 千代田区商店街課題の検討 9
4. 成果報告会 15
5. 学生の感想 42
6. 千代田学シンポジウムの開催 47
7. まとめ 49
【 参考文献 】 50

1.　「千代田学」事業の概要・目的

「千代田学」とは、千代田区が実施する千代田区内の大学等の事業提案制度である。法政大学地域センターでは、事業名「千代田区の商店街活性化についての調査・研究」というテーマで本制度に応募し令和３年度実施事業として採択されたものである。

1.1.　背景

現在、東京の商店街を取り巻く環境は、コロナ禍における経済活動の停滞、空き店舗の増加、人口の減少、ＥＣサイトによる販売の増加、キャッシュレス決済の促進機運、店舗の後継者不在、郊外への大型スーパーの進出や多様化する消費者ニーズへの対応の遅れ、地域の大型再開発事業などにより大きな変化に直面している。

商店街における各々の小売業・サービス業の商店も来店者数・売上高ともに概ね減少していると言われている。

千代田区においても同様のことがいえる。平成 29 年度に策定された「千代田区商工振興基本計画平成 29（2017）年度～平成 33（2021）年度」（以下「基本計画」という）
によると、商店街全体の現在の景況感について、半数以上の商店街が「衰退している」、「やや衰退している」、また、商店街全体の売り上げを３年前と比較した場合、半数以上の商店が「半減した」と答えている。

1.2.　事業目的

本事業では、こうした状況を踏まえ、千代田区の商店街の空き店舗の状況、商店街が抱える課題、後継者問題など商店街の実態を学生によるフィールドワークにより明らかにするとともに、商店街活性化の提案を行い、今後の千代田区商店街活性化施策の基礎資料とすることを目的とした。

「基本計画」において、千代田区商店街連合会に加入する商店街団体に質問票による調査を行っており、全 44 団体のうち 27 団体から回答を得ている。この調査は千代田区内全体の商店街の概要や景況を明らかにしている。

しかしながら、個別の商店街についての概要調査はまだ行われておらず、個別の商店街において、学生によるフィールドワークを行うことは意義があるのではないかと考えた。参加学生の人数や講義の実施期間等を考慮し、個別商店街の事例が適当であるとの結論に至った。

1.3.　区との関連性・区政や地域への貢献

本事業に関しては、「基本計画」の達成に資するよう、計画とも整合性を図って研究を進めていく。

学生のフィールドワークによる課題設定や質問事項など、千代田区役所地域振興部商工

観光課商工振興係の担当者と連携・相談の上、実効性のある研究を行うよう活動した。

学生がフィールドワークを行い、商店街組合のメンバーや商店の店主に直接インタビューを行うという作業を通して、商店街への調査や提案だけでなく地域と大学の関係性を深めることができるのではないかと考えた。

千代田区の現実の課題に学生とともに正面から取り組むことが本事業の最大の特徴であり、差別化要因であるといえる。

1.4.　事業計画・研究手法

【事業計画】

令和３年度の春学期は、商店街の考察により課題を抽出する。秋学期に法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科の「中小企業政策論」の講義において、学生グループを作る。講義参加者 36 人について、５～６人を１つのチームとし、それを６チーム作る。

それぞれのチームが別々の課題を設定し、課題解決提案を行う。学生のチームは、それぞれ講義時間内にフィールドワークを実施し、商店街店主らへのインタビュー調査などを行う。「中小企業政策論」の最後の講義日（令和３年 11 月 10 日）に千代田区役所もしくは法政大学新一口坂校舎にて、法政大学の学生や千代田区役所の担当者、商店街店主、千代田区民などに広く告知し、報告会を実施する。講義終了後の秋学期後半は、最終報告のための準備、報告書作成などを行う。

上記の計画を達成するための基本的課題は、「基本計画」において千代田区内の商工業が抱える課題として挙げられている①商工関係団体の組織力の低下、②商店街の集客力強化の２つの課題をもとに設計していきたい。

1.5.　学生の活用

令和３年度に研究代表者が所属する法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科、秋学期講義「中小企業政策論」において、フィールドワークの一環として実施する。

この講義は実務経験３年以上の社会人向け「中小企業診断士養成課程プログラム」の指定科目となっており、36 人の学生がこの講義を受講する。このプログラムを受講するほとんどの学生が国家資格である中小企業診断士の資格を取得する。彼らの多くは大学院修了後、プロフェッショナルな中小企業診断士として活躍する予定である。

1.6.　千代田区地域振興部商工観光課との協議

本事業の担当部署が千代田区地域振興部商工観光課となったため、令和３年４月 14 日（水）に千代田区役所にて、担当課長、担当係長、担当課員と面談し、今後の活動について協議を行った。そこでは、学生が 36 人という状況に対して調査対象となる商店街を増

やす余裕があると判断し、当初予定していた２つの商店街だけでなく、他の商店街も追加することになった。

商店街への告知は、千代田区で開催している「千代田区商店街連合会」との会議で、法政大学が作成した告知チラシを配布することになった（資料１参照）。

会議において、告知チラシを配布したところ、最初に神田の「出世不動通り商店会」の会長より大学に連絡があり、訪問して会長、副会長に対して概要を説明し、協力の了解を得た。ここで、まず１つ目の商店街が決まった。

（資料１）

法政大学社会人院生によるフィールド・ワーク対象商店街募集のお知らせです（案）

2020.5.18

法政大学地域研究センターでは、令和３年度「千代田学」に関する区内大学等の事業提案制度に採択され、「千代田区の商店街活性化についての調査・研究」を行うことになりました。

そこで、千代田区の商店街の皆様に本調査・研究にご協力いただける千代田区の商店街を募集いたします。

内容　貴商店街の課題をお聞きし、その解決につながる提案を出し発表します。
募集商店街　　５～６商店街
講義名　「中小企業政策論」秋学期前半（9 月中旬～11 月初旬）
日時　2021 年 10 月 6 日（水）の午後 14 時～16 時くらいを想定しています。
　　インタビュー期間　１回のみ、可能であれば２時間ほどお願したいです。
条件　上記日程に１度、２時間ほど学生のインタビュー調査、現地視察のお時間を取っていただければと思います。インタビュー対象の方は、組合長、副組合長、事務局長、商店主の方など、どなたでもかまいません。
発表会　2021 年 11 月 10 日（水）午後　千代田区役所か、法政大学を予定しています。
特徴　本プログラムを受講する学生の多くが、国家資格である中小企業診断士の取得を目指しています。また、学生全員がさまざまなバックグラウンドをもった社会人経験者ですので、一般学生とは違った視点での成果が期待できます。専門知識を持って皆さまと課題を解決できるよう考えていきます。

【事業計画】

① 秋学期前半、法政大学経営大学院 IM 研究科の「中小企業政策論」の講義で、学生グループを作ります（1 班あたり５～６人程度、６班を想定）。
② それぞれの班に別々の商店街を訪問し、課題解決提案を行います。
③ 学生の班は、それぞれ講義時間内にフィールド・ワークを実施、商店街店主らへのインタビュー調査、現地視察などを行います。
④ 「中小企業政策論」の最後の講義日（2021 年 11 月 10 日（水）の午後 14 時～16 時）に千代田区役所もしくは、法政大学新一口坂校舎にて、法政大学の学生や千代田区役所の担当者、商店街店主、千代田区民などに広く告知し、発表会を開始いたします。

※ 新型コロナウイルスの流行状況や、国・都からの宣言・要請にあわせて、インタビュー方法や発表会の実施方法を変更する可能性はあります。

1.7.　商店街の変更と追加

1)　　商店街の変更

令和２年度に本事業の申請時、当初の予定では飯田橋商店街と神田すずらん商店街を予定していた。これらの商店街を取り上げた理由は以下の通りであった。

千代田区内で特に地域の環境の変化が激しいのが飯田橋商店街である。令和 2 年 7 月 12 日より、JR 飯田橋駅のホームが新宿寄りに 200mほど移設され、西口改札の駅舎も新たに生まれ変わった。

一方、千葉寄りの東口改札は、これまでのホームが通路として残り、駅舎は維持されたものの、人の流れが大きく変わってくることは容易に想像できる。飯田橋商店街にとれば、まさに商店街全体の存続にも影響しかねない事態だといえる。

神田すずらん通り商店街においては、古本書店街としては未だ多くの観光客等を集めているものの、今年に入ってからだけでも、創業 80 年を超える千代田区神田神保町の有名餃子店「スキートポーヅ」（1932 年創業）やカツカレーで有名な洋食店「キッチン南海」（1966 年創業）も相次いで廃業した。これらの状況に伴い商店街も全国チェーン店の進出が増加するなど、街の雰囲気が変化していく可能性もある。

また、別の理由もあった。平成 29 年度の法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科の「中小企業政策論」の講義において、実際にこの２つの商店街のご協力を得て学生によるフィールドワークを実施していたので、再度依頼をしようと思ったからである。

令和３年４月に入り千代田区役所および千代田区商店街連合会経由で学生による調査を依頼したところ、新型コロナの状況も厳しく、環境も変わってしまったため飯田橋商店街を断念せざるをえなくなった。飯田橋商店街のこれまでのご協力に感謝したい。

2)　　商店街、地域団体の追加

上記のように、飯田橋商店街での活動は残念せざるを得なかったため、再度、千代田区地域振興部商工観光課の方々に相談させていただいたところ、「千代田区商店街連合会」の事務局長をご紹介いただいた。

令和３年７月 29 日に神田神保町にて、千代田区商店街連合会の会長、副会長にご挨拶し、その場で「神田古書店連盟」の会長をご紹介いただいた。同日、神田すずらん通り商店街振興組合の代表理事をご紹介いただいた。

その後、千代田区地域振興部商工観光課の担当課長より、「NPO 法人秋葉原観光推進協会」のご紹介をいただいた。

結果として、千代田区の地域の団体や商店街（千代田区商店街連合会を中心とし、出世不動通り商店会、神保町すずらん通り商店街振興組合、神田古書店連盟、NPO 法人秋葉原観光推進協会）からご協力いただき本事業を実施することになった。

1.8.　千代田学について

ここで、「千代田学」の概要について『千代田学募集案内』から抜粋をしてみたい。

１．目 的 ：千代田区内にある大学、短期大学、大学院等（以下、「各学校」）が、区の様々な事象を多様な切り口で調査・研究することを「千代田学」と名付け、その定着と発展、また、各学校が区及び地域と連携を図ることを目指して、事業経費の一部を補助します。

２．対象： 「千代田区内大学と千代田区の連携協力に関する基本協定」の締結校

大妻女子大学、共立女子学園、城西大学、上智学院、専修大学、東京家政学院大学、二松学舎、日本大学、日本歯科大学、法政大学、明治大学

３．対象事業及び提案内容 ： 各学校が自ら行う、区の施策に関する調査・研究事業とする。ただし、政治活動、宗教活動、営利を目的としないもの。

４．審査のポイント

(1) 区が期待する調査研究事業か

千代田区でしかできない調査研究、千代田区特有の事象を踏まえた調査研究、地域や区政に貢献する調査研究であることがポイントです。千代田区との関連性が薄い提案が採用されることは厳しい状況です。

(2) 学生を活用した（学生が担う）事業か

先生方の興味深い研究も数多くありますが、特に学生さんの自由な発想での提案であり、主体的に調査研究を行い、研究成果の発表（報告書作成やプレゼン）まで学生さんが担うような提案については、審査の際に高く評価します。

(3) 調査研究成果を広く区民に周知できるか

公費による補助事業なので、調査研究により得られた成果を区民や区政に還元することが求められています。 昨年度から、「千代田コミュニティラボライブ」を開催し、その中で、町会など他団体の方々との交流を通して、報告しています。今年度以降も同様に開催する予定です。（開催時期は、3 月 12 日の予定） そのほか、千代田図書館でのパネル展示を実施しておりますが、各学校としても、千代田学による調査研究を発表する場の設定を是非ともご検討ください。

(4) 大学や学部の特色である実践教育分野であるか

大学の特色や研究者の所属する学部や学会等の分野を活かした提案をお待ちしております。

というものである。我々が今回当事業への申請にあたり、「４．審査のポイント」を全て満たすことは当然であるが、特に注視したのが、（２）の「学生を活用した（学生が担う）事業か」というものである。我々は社会人大学院生の活用という立場から本事業に取り組もうと考えた。繰り返しになるが、調査・研究・発表・資料作成まで、学生による活動が本事業の最大の特徴であり、差別化である。

2.　法政大学地域研究センターのプロフィール

本事業は、法政大学地域研究センターで実施し、実施体制は以下の通りである。

当組織は、法政大学の地域連携機関として、また地域の学術研究の拠点として、中小企業、地方自治体等に支援、政策提言を行い、地域社会に還元することを目的としている。具体的な取り組みとして、(1) 自治体などと事業協力協定を締結し地域振興に必要な相互連携を行う（2）各省庁や自治体、ＮＰＯ、企業などを対象にコンサルティング業務などを受託している。また、関係人口創出・拡大官民連携全国協議会「かかわりラボ」の会員、「地域未来構想 20 オープンラボ」への登録など、活動を行っている。

2.1.　プロジェクトリーダーおよびメンバー

松本 敦則
・法政大学地域研究センター　センター長
・法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科　准教授

吉田　渉
・法政大学地域研究センター　客員研究員
・法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科　特任講師

貫井　政文
・法政大学地域研究センター　客員研究員
・中小企業診断士

天野貴代
・法政大学地域研究センター　客員研究員
・法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科　特任講師
・中小企業診断士

西岡健太郎
・法政大学地域研究センター客員研究員
・法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科　特任講師
・中小企業診断士

3. 学生によるフィールドワーク

3.1. 千代田区商店街課題の検討

1) 第１回目の講義

令和３年９月 22 日（水）に第１回目の講義を開始した。第１回目は、千代田区の商店街振興施策に関して、平成 29 年９月に法政大学経営大学院講義資料として千代田区と協議した商店街の課題を基に検討を進めることにした。この課題を基に令和３年度の現状や課題を新たに加え、大学院の講義の中で各商店街調査の前の事前準備を行った。課題は以下の６つである。

①イベント以外の方策による商店街の集客力の向上

区内商店街は、さくら祭り、七夕祭り、盆踊り、イルミネーション、クリスマスイベント、歳末セール等のイベントを実施することで、街の賑わい創出と来街者の増加を図っている。

区も補助金の交付（商工関係団体の事業補助）により、こうした取組を支援している。一方、こうしたイベントの取組については、商店街の方々より「一時的な集客につながっても、継続的な来街者の増加にはつながらない」という旨の意見もある。また、区が商店街に対し実施したアンケート調査においては、3 年前と比較した来街者の変動について、6 割以上が「変化なし」または「減少した」と回答している。

こうした状況を踏まえ、継続的な来街者の増加につながるようなイベント以外の方策について、区の状況及び先進事例を踏まえ、検討していきたい。また「地域キャラクター」を使用した活性化の方策についても、その維持管理のコスト等の問題に踏み込みつつ、検討したい。

②商店街への外国人観光客の誘致

区内には、皇居や秋葉原等、外国人観光客に人気のエリアが数多くある。現在はコロナ禍であるが、今後区内を訪れる外国人観光客はますます増加することが予測されている。

こうした認識のもと、区は「商店街等における外国人観光客のおもてなし対応」事業として、セミナー実施等により商店街における外国人観光客の受入環境整備に取り組むほか、商店街への Wi-Fi の設置も行った。もっとも、どれだけ受入環境を整備したとしても、実際に外国人が商店街を訪れなければ意味がない。

こうした状況を踏まえ、千代田区を訪れる外国人観光客を商店街へ誘致する方策について、区の状況及び先進事例を踏まえ、検討したい。なお、外国人観光客にとっての区内商店街の魅力についても検討をしたい。

③商店会の組織力低下

近年、チェーン店の増加等を背景として商店会に加入する事業者は減少しており、商店会

の加入率が低下している。区が商店街に対し実施したアンケート調査においては、商店街の抱える問題点について、２割以上が「商店街加入店の減少」と回答している。

こうした状況を踏まえ、今後、商店会が会員店舗を増やす方策について、また、この方策を区がいかに支援するかについて、区の状況及び先進事例を踏まえ、検討したい。なお、商店会への加入に対する事業者のインセンティブをいかに設定するかについて、特に検討をしたい。

④商店会の人的資源不足

商店会は、イベントの実施はもちろんのこと、街路灯・防犯カメラの維持管理による街の安全確保や、街区の清掃や花壇の整備等の活動も行っている。また、商店会活動の遂行に際しては、行政手続きや会計・監査等の事務作業も必要になってきている。しかしながら、前述した組織力の低下や会員の高齢化を背景として、商店会の人的資源が不足し、こうした活動の継続が危ぶまれている。実際に、一部のイベントおいては、活動人員の減によりやむなく規模を縮小しているケースもある。

こうした状況を踏まえ、商店会はいかにして人的資源を増強させればよいのか、また区はそれをいかに支援すればよいのかについて、区の状況及び先進事例を踏まえ、検討したい。

なお、学生団体や町会等との連携による外部からの資源調達及びこれに係る両者のマッチングのための仕組みづくりについて、特に検討したい。

⑤商店会と地方との連携

千代田区をはじめとする大都市は、人材はもとより、食料やエネルギーなど経済活動や生活全般にわたり、地方に支えられて成り立っている。こうした認識のもと、区は、区と地方が相互の強みを生かし、共生の理念に基づき発展することを目的として、地方と連携する施策を進めている。また、区内商店会としても、地方の祭りとのコラボレーション、地方の雪を運搬して実施する雪まつり、地方のグルメ・産直品販売ブースの設置など、地方との連携を契機として商店街の活性化を図っている。

こうした状況を踏まえ、商店街が今後より一層地方との連携を深めていくための方策について、区の状況及び先進事例を踏まえ、検討したい。具体的には、（１）連携方法、（２）連携を継続させていく方法、（３）（商店街と地方との連携を区が支援する上での）マッチングの方法について、検討をしたい。

⑥個店の事業承継

商店街を構成するのは、その会員たるそれぞれの個店である。しかしながら、商店街関係者からは、その個店が、経営者の高齢化や後継者の不在により、閉店に追い込まれているとの報告もある。実際、区が商店街に対し実施したアンケート調査においては、商店街の抱える問題点について、約５割が「後継者の不足」、約２割が「商店主の高齢化」と回答してい

る。区も、中小企業診断士による無料経営相談事業を実施し、事業者からの経営相談に応じているところであるが、事業承継に関する相談の件数は少ないのが現状である。

こうした状況を踏まえ、区が個店の事業承継を支援する方策について、区の状況及び先進事例を踏まえ、検討したい。

2)　第２回目の講義

令和３年９月 29 日（水）に、千代田区役所商工観光課の課長らに大学院の講義に来てもらった。千代田区内の商店街政策に関する現状や課題を挙げてもらい、学生とディスカッションを行った。さらに教室内でグループワークを行った。

3)　第３回目の講義（フィールドワーク）

令和３年 10 月６日（水）に、当初の予定どおり、６チームでフィールドワークを行った。①は３チームが、②～④はそれぞれ１チームが担当した。

①秋葉原

秋葉原チームは参加人数が多いため、A、B、C と３チームに分けて活動をした。課題の１つ目は、現在 NPO 法人秋葉原観光推進協会が実証実験を行っている「秋葉原ハイブリッド体験ツアー」（資料２参照）に実際に参加をして、良い点や改善点などを提案することと、それを踏まえて秋葉原の観光振興や外国人誘致に向けての提案も行うことであった。２つ目は、NPO 法人秋葉原観光推進協会の今後や将来の活動について、現状を分析した上で提案することであった。３つ目は、９月 24 日（金）に開催されたオンラインセミナー「with コロナ時代の秋葉原観光を考える～「オタクの聖地」秋葉原の展望～」というテーマで検討を行うことであった。

ハイブリッド体験ツアー（各 15 分前に「秋葉原観光情報センター」前集合。担当：理事長）
各回２人×３回（各チーム２人ずつ）
①A　11:00～12:00 歴史文化コース
①B　13:30～14:30 グルメコース
①C　15:30～16:30 歴史文化コース
理事長へのインタビュー（14:00～15:00。希望者のみ参加）
場所：千代田区万世橋出張所・区民館　7 階　洋室 A
１．理事長から自己紹介や概要説明
２．自由な質問時間
３．15:00 の終了後、15:15 までに「秋葉原観光情報センター」前に移動

（資料２）

秋葉原
ハイブリッド
体験ツアー
Akihabara Hybrid Experience Tour
VR
1日3回走行！ オンラインツアーも同時開催！
2021.10/4(mon)～10/31(sun)
AM11:00～PM16:30
詳細・ご予約はこちらから
www.akiba-hybrid-tour.com
集合場所：秋葉原観光情報センター前
料金無料

②神田すずらん通り商店街

事前に質問表（資料３参照）を組合理事に送り、当日はこの質問表に基づいて質問や意見交換を行った。

③出世不動通り商店会

出世不動通り商店会と神田西口商店街を視察し、その後 14 時よりインタビューを行った。出世不動通り商店会からは会長を始め 7 人が、商工街連合会からは１人が参加し、商店会の現状や要望などを聞いた。

日時：2021 年 10 月 6 日（水）　14：00～15：45

場所：神田公園区民館 5 階（神田公園出張所内）

主なインタビュー内容は以下の通りで、その他に現在の会員増強や地域の活性化についても議論した。

１．商店会の現状

２．商店会をどうしたいか

３，法政大学から提案してほしい内容

４，その他

④神田古書店連盟

10 月 6 日（水）13 時より、西神田の神田古書店連盟会長の古書店にてインタビューを行い、14 時より、神保町の神田古書店連盟副会長の古書店にてインタビューを行った。神田古書店の現状、インターネットサイト「JIMBOU」、神田古本まつりなどについて聞いた。

（資料３）

2021 年 10 月 04 日

東京すずらん通り連合会
神田すずらん通り商店街振興組合
理事　御中

法政大学　経営大学院
イノベーション・マネジメント研究科
すずらん通り商店街班

理事への事前質問のご連携

この度は、商店街ヒアリング調査実習へのご協力、誠にありがとうございます。班員一同、すずらん通り商店街様の今後の発展に資するご報告ができるよう、精一杯取り組む所存です。なお、担当させていただく班員の紹介としてメンバー表を作成しております。中小企業診断士の志望動機や今後の進路なども記載しておりますので、そちらもご覧いただけますと幸いでございます（別添）。何卒よろしくお願い申し上げます。

▪事前質問

質問を通じて、すずらん通り商店街様の現状把握を行い、理解を深めていきたいと考えております。質問内容につきましては、次の内容をご覧いただけますと幸いでございます。

項目	内容
目指す姿	・掲げている方針（すずらん通り商店街様の目指す姿）
商店街の環境分析	・商店街をご利用される主要顧客 ・商圏範囲 ・COVID-19 等の環境変化における現状
商店街としての価値提供	・顧客のニーズ
商店街間での連携	・連携の現状および課題
対策（書籍）	・「書籍」に関する現状および対策（実施中・実施予定） ・すずらん通り商店街の書店と、飲食店など他業種店舗との連携有無 ※連携による効果
対策（お祭り）	・「お祭り」に関する現状および対策（イベントなど実施中・実施予定）
対策（他）	・書籍とお祭り"以外"に関する現状および対策（実施中・実施予定）

以上

4.　成果報告会

成果報告会は、令和３年 11 月 10 日（水）14 時 00 分～16 時 20 分に、千代田区本庁舎近くの高齢者サポートセンター「かがやきプラザ」ひだまりホール（千代田区九段南 1-6-10 1 階）において、各地域や商店街の関係者、区役所職員、法政大学関係者らの参加を得て行った（資料４・５参照）。本報告会には千代田区長も参加した。なお、参考として学生が作成した報告会資料（資料６参照）と成果報告会の様子（資料７参照）も載せておく。

法政大学としての地域貢献のみならず、専門職大学院の教育として大きな効果があったと考えている。

（資料４）

「千代田学」事業　法政大学地域研究センターの報告会について

2021.11.1

１．発表会の名称

令和３年度「千代田学」事業　法政大学経営大学院の学生による成果報告会

２．日時

令和３年 11 月１０日（水）14 時 00 分～16 時 10 分

３．場所

高齢者サポートセンター「かがやきプラザ」　ひだまりホール

（千代田区九段南 1-6-10　1 階）

４．目的

法政大学地域研究センターは、令和３年度「千代田学」に関する区内大学等の事業提案制度に採択され、「千代田区の商店街活性化についての調査・研究」を行っている。

区内商店街や団体の皆様に本調査・研究にご協力いただき、学生が商店街の課題をヒアリングし、その解決につながる提案を出し報告会を開き発表する。

５．発表者

法政大学経営大学院の社会人学生 36 名。

６．当日のアジェンダ

下記、参照願います。

７．聴衆者

新型コロナの状況もあり、一般の方々にご参加はいただかない。しかし、商工会連合会の方々や、秋葉原観光推進協会、区役所の方々、大学関係者には告知をする。

８．担当

法政大学地域研究センター　　松本　敦則

東京都千代田区富士見 2-17-1　｜

（資料５）

「千代田学」事業　法政大学学生による成果報告会　次第

日時　　令和３年１１月１０日（水）14 時 00 分～16 時 20 分
場所　　高齢者サポートセンター「かがやきプラザ」　ひだまりホール
　　（千代田区九段南 1-6-10　1 階）
https://www.city.chiyoda.lg.jp/koho/kenko/koresha/kore-shisetsu/kagayaki-plaza.html

聴衆・参加者

　新型コロナの状況もあり、一般の方々にはご参加はいただかないことになりました。商工会連合会、出世不動通り商店会、神田すずらん通り商店街振興組合、神田古書店連盟、秋葉原観光推進協会、区役所の方々、法政大学関係者には告知をいたします。

報告会

１　14：00　開会のご挨拶（法政大学地域研究センター長・松本より）

２　14：05　区長挨拶

３　学生らの成果報告　（各グループ 15 分）
　14：10　神田すずらん通り商店街振興組合チーム　（発表 15 分）
　14：25　神田古書店連盟チーム　（同上）
　14：40　出世不動通り商店会チーム　（同上）
　14：55　質疑応答・コメント

　15：05　休憩　（10 分）

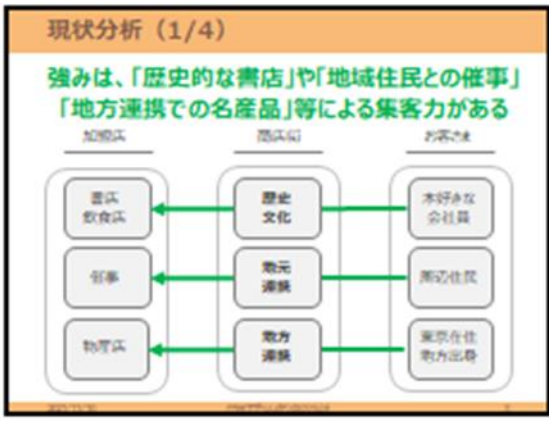
　15：15　ＮＰＯ法人秋葉原観光推進協会チームＡ　（同上）
　15：30　ＮＰＯ法人秋葉原観光推進協会チームＢ　（同上）
　15：45　ＮＰＯ法人秋葉原観光推進協会チームＣ　（同上）
　16：00　質疑応答・コメント

４　16：10　ご講評　（商店街、団体等関係者様、商工観光課長より）

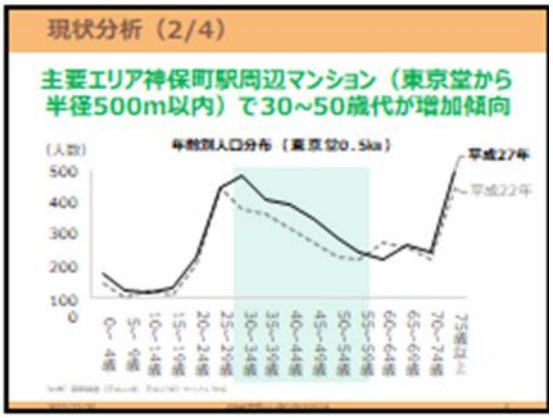
５　16：20　閉会

（資料６）

神田すずらん通り商店街
活性化提案
法政大学経営大学院
イノベーション・マネジメント研究科
神田すずらん通り商
班長：松本 ／井出 ／前崎 ／金行 ／
羽上 ／松原 ／柳野


現状分析（1/4）
強みは、「歴史的な書店」や「地域住民との催事」
「地方連携での名産品」等による集客力がある
加盟店
商店街
お客さま
書店
飲食店
物産店
催事
歴史
文化
地元
連携
地方
連携
本好きな
会社員
周辺住民
東京在住
地方出身

本日の予定
01 現状分析
02 戦略策定
03 提案①「地域連携」に関する提案
04 提案②「催事」に関する提案
05 提案③「書籍」の提案


現状分析（2/4）
主要エリア神保町駅周辺マンション（東京堂から
半径500m以内）で30~50歳代が増加傾向
年齢別人口分布（東京堂0.5km）
（人数）
500
400
300
200
100
0
平成27年
平成22年
0~4歳
5~9歳
10~14歳
15~19歳
20~24歳
25~29歳
30~34歳
35~39歳
40~44歳
45~49歳
50~54歳
55~59歳
60~64歳
65~69歳
70~74歳
75歳以上

現状分析

現状分析（3/4）
今まで築き上げてきた地域間連携や
すずらん通り商店街ならではの資産がある
地域
周辺資産
北海道美瑛町
神保町シアター
すずらんまつり

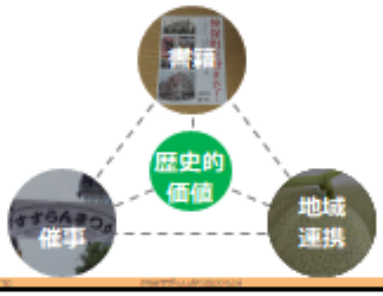
現状分析（4/4）

コロナ禍の影響により、神田すずらんまつり などのイベント中止が続いている

コロナ前	コロナ後
	中止 （2年連続）

戦略

今まで築き上げてきた3つを更に高め、 すずらん通り商店街の歴史的価値の向上を図る



現状分析（まとめ）

歴史的な書店や地域連携などの強み、 30～50代の人口増加 の機会に恵まれている。

強み	機会
・**豊富な書籍** ・人気ある飲食店 ・地元等との連携 ・美瑛町など地方連携の実績（名産品）	・書籍関係者の顧客 ・**30～50歳代の人口増加** ・学校連携による近隣顧客

提案①「地域連携」の提案

戦略

地域連携　美瑛町　ご提案概要

イメージ図

お客様【メリット】遠出しなくても、美味名産品が手に入る。
旅行気分味わえる（プチリフレッシュ）
知らない町の魅力がわかる。

加盟店【メリット】・新規顧客獲得の機会　・新商品開発の機会

商店街【メリット】・商店街の活性化　・美瑛町との連携強化

美瑛町【メリット】・町の特産品が売れる　・町の知名度が上がる
・すずらん通り商店街との連携強化

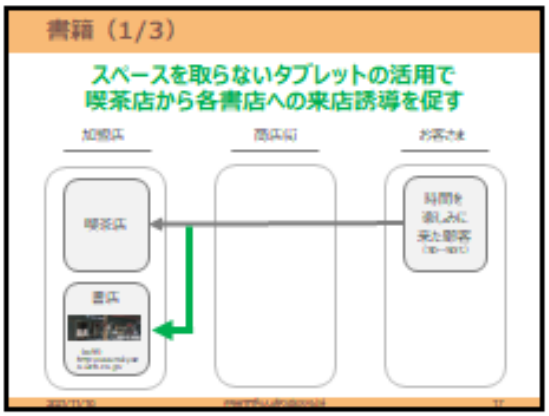
提案②
「催事」に関する提案
書籍
すずらんまつり
催事
地域
連携

催事（4/4）
神保町ブックフェスティバルと並行し、神保町シアターで
TikTok連動型の超短編映画の映画祭を開催
③ブックフェスティバルの開催期間中、投稿作品の一挙上映会を開催！
④TikTokerを審査員として募集、審査・投票式を神保町シアターで開催。10～20代の関心を惹めさ
自己表現の場を提供することで、神保町に若年層の関係人口を呼ぼう！

催事（1/2）
神保町シアター＆TikTokを活用し
学生や若者を神保町に呼び込む施策
【神保町シアターとは？】
●小学館が運営する神保町の映画館。
2007年オープン。1スクリーン、席数101。
上映映画は、昭和の懐かしい映画が中心となっている。
→TikTokやYoutubeで人気のインフルエンサーが
参加出演してより、10代～30代女性が多く来場。
神保町の関係人口の若年層増加に寄与している。

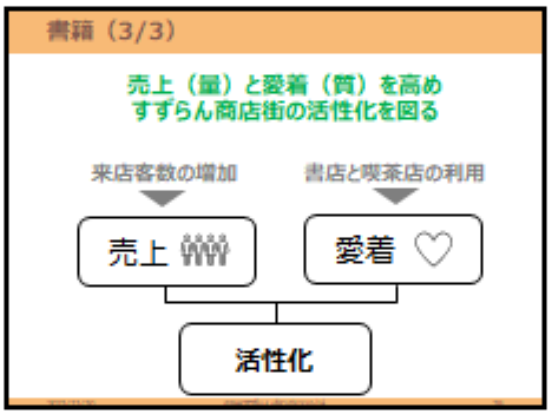
提案③
「書籍」に関する提案
催事
地域
連携

催事（2/2）
「TikTokerがいる街・神保町」のイメージは
若者の来訪・支出につながる資源になる
①TikTokユーザーの年齢層の平均は34歳
一方で、10代女子のTikTok利用率は62%以上
②TikTokユーザーは、他のSNSユーザーと比べて
コンテンツへの支出金額が大きい
③TikTokユーザーは、レコメンド機能に信頼がある
おすすめ

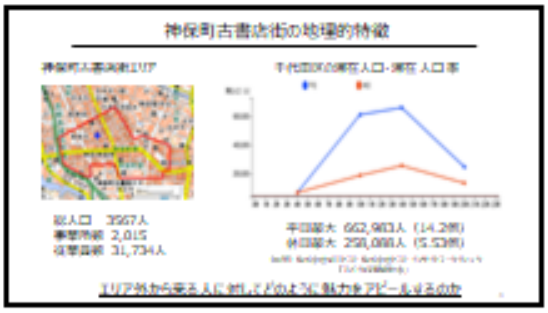

書籍（1/3）
スペースを取らないタブレットの活用で
喫茶店から各書店への来店誘導を促す
加盟店
商店街
お客さま
喫茶店
書店
時間を
潰しに
来た顧客

書籍（2/3）
喫茶店で時間を楽しみに来た顧客に、
タブレットで書籍を紹介し、書店への来店を図る
認知・興味関心
検討
来店
続きは
近くの書店
デジタルカタログ
お試し読みサービス
【dbooks】
①最初10分
②3,300円/月
QRコードから
続きを読みたい書籍
が置いてある書店へ
来店
書店に来店

今まで築き上げてきた3つを更に高め、
すずらん通り商店街の歴史的価値の向上を図る
書籍
歴史的
価値
すずらんまつり
催事
地域
連携
ご清聴ありがとうございました。


書籍（3/3）
売上（量）と愛着（質）を高め
すずらん商店街の活性化を図る
来店客数の増加
書店と喫茶店の利用
売上
愛着
活性化

まとめ



目次

Ⅰ　提案の背景と目的
Ⅱ　千代田区の古書店街の状況
Ⅲ　神保町古書店街の地理的特徴
Ⅳ　検索エンジン"Google"での検索キーワードの傾向
Ⅴ　神田古書店の取組み①～③

＜ご提案＞
Ⅰ　古書ビブリオバトルの提案
Ⅱ　ノスタルジック神保町の提案

提案の背景と目的

【提案の背景】
✓ コロナ禍の影響で、人が集まるイベント開催への一定の規制
✓ 「神田古本まつり」(年1回開催)はあるが、大規模開催が困難になる恐れ
✓ 本離れ等で、古書を目的に神保町を訪れる顧客の動向の減少
✓ 古書の販売がネット上に移行
✓ 街を散策し、古本屋めぐりをするファン層の減少

【提案の目的】
with コロナの時代における伝統にぎわいを創出する
「神保町の伝統としてのにぎわい」　→伝統の活性化
「バーチャル上のにぎわい」　→古書店の活性化

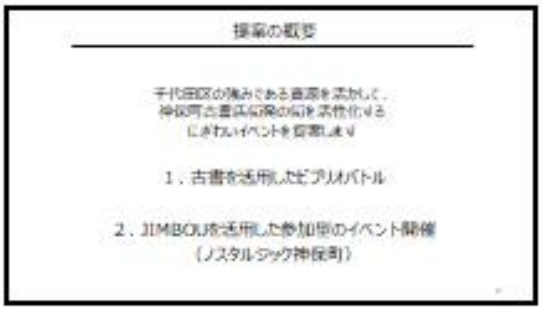
＊今ある経営資源（ヒト、もの、情報）を有効的に活用し、神保町の魅力を高めるための提案へ

神田古書店の取り組み②

古書ビブリオバトルの提案

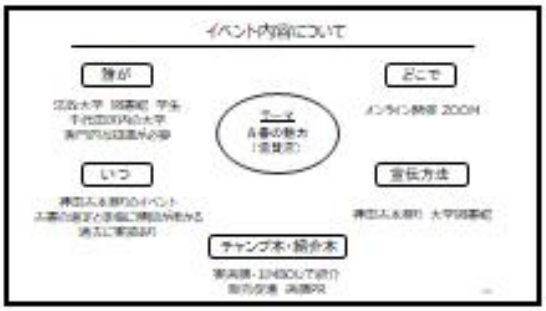
神田古書店の取り組み③

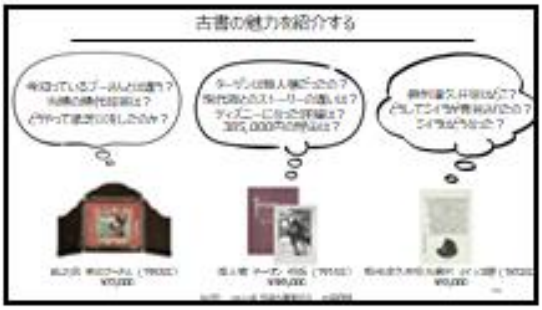
本の紹介コミュニケーションバトル
5 MIN


提案の概要
千代田区の残みある資源を活かして、
神保町古書店街の魅力を活性化する
にぎわいイベントを提案します
1．古書を活用したビブリオバトル
2．JIMBOUを活用した参加型のイベント開催
（ノスタルジック神保町）

本のプレゼン例
オススメ理由
本のあらすじ
印象的なセリフ
『竹ッちゃん』

私たちが提案する古書ビブリオバトル


イベント内容について
誰が
どこで
いつ
宣伝方法
チャンプ本・挑戦本


古書の魅力を紹介する

ノスタルジック神保町の提案

法政大学とのコラボ提案

『JIMBOU』
世界一の本の街『神田神保町』のオフィシャルサイト

謝　辞

今回の撮影にあたり、ご多用中にもかかわらず、神田古書店連盟会長様、副会長様はじめ、千代田区役所担当者様、千代田区民の皆さま、私どもの調査・研究に快くご協力下さいまして、誠にありがとうございました。

さらにインタビューや資料など、多くの貴重な情報をご提供いただきましたこと御礼申し上げます。

2021/11/10
出世不動通り商店会様
ご提案資料

神田西口商店街の状況

出世不動通り商店会の概要
場所 ： 千代田区内神田1丁目～2丁目
会員 ： 全５５世帯
活動 ： 街路灯や防犯カメラ維持管理、大人縁日などのイベント開催、会員間の交流、警察消防と連携など

周辺の状況
西口商店街
出世不動通り

周辺の状況
西口商店街
出世不動通り

出世不動通りの状況

周辺の状況

大人縁日などのイベントについて

商店会メンバーとのコミュニケーションを図れる機会、活動に、参加することは自分は嫌ではない（小売業）

協力したいと思うが、営業時間中だと、人手が足りないため協力は難しいです（サービス業）

イベントのために通りを運行止めにする心は、警察との調整や事務の手間がとても大変（飲食業）

日々の売り上げが大事で忙しいので、協力できない（飲食業）

本業が忙しく、メリットも分からないため協力したいとは思わない（不動産業）

イベントは面白そうで、参加すると楽しいが手伝いたいとは思わない（一般企業）

イベント開催してる、コンビニで買っていく人が多い。商店会のイベントなのに商店会に入ってない店が多いから、おかしい（小売業）

イベント開催されるとうるさいって苦情、問題の理解、得られていないのではないか（不動産業）

※インタビュー調査結果より、対象の一部を抜粋

10

インタビュー調査の実施

調査目的：現地の状況確認

調査期間：2021.10/27, 30, 11/1, 2

方法　　：訪問インタビュー

対象者　：出世不動通りの事業者様
（加入者3名、非加入者3名）

ご提案の方向性

1. 出世不動通りに新しいお客様を呼び込むこと
2. 一時的ではなく、継続的な効果があること
3. 負担をかけずに実現できること

11

出世不動通りの悩みについて

とにかく人通りが少ない。コロナでの在宅ワークが進んでサラリーマンが減少した。緊急事態宣言下と言うと人通りも少なくなってきたが、まだまだ遠い（不動産業）

営業を始めたが平日も土日もコロナ禍で客数が少なく、ずっと赤字状態です（飲食業）

平日、土日に人が少ない（飲食業）

土日の人通りが少ないので、土日は閉めて営業をしていない店も多く、閉店としている（飲食業）

土日も働けるようにしたい。飲み屋はあるが、本屋などの土日に人を呼び込む力がない（サービス業）

コロナで、人通りが少なくなった。最近は通ってきたが、コロナ前には戻らないのではないか（小売業）

神田駅北側の出世不動通りのサラリーマンが多い存在だったがコロナ禍で人通りが激減したように感じる（飲食業）

人通りの心理による、安心感が少ない事情なのですが、寂しい印象（不動産業）

※インタビュー調査結果より、対象の一部を抜粋

9

出世不動尊について

一横徳川水戸家にあった由緒ある不動尊。江戸時代、願掛けをした力士が横綱に出世した伝説が名前の由来。明治時代より、２と７のつく日がご縁日。

ご提案

kinenbi 一般社団法人

日本記念日協会®

⇩

「出世の日」を登録

出世の日イベント案

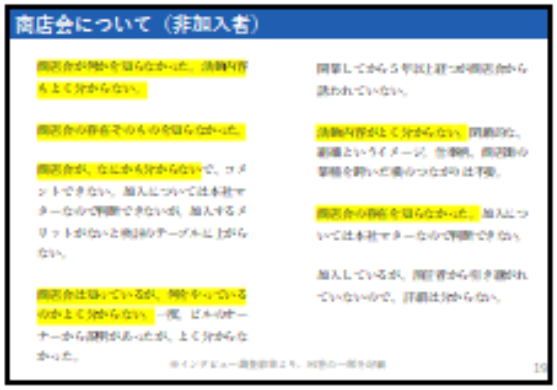
記念日登録の宣伝効果

- ✓ メディアなどで紹介されやすい
- ✓ 全国に認知を広められる
- ✓ 登録料は約１７万円のみ
- ✓ 記念日＝継続的な効果
- ✓ 低コストで継続的な宣伝効果

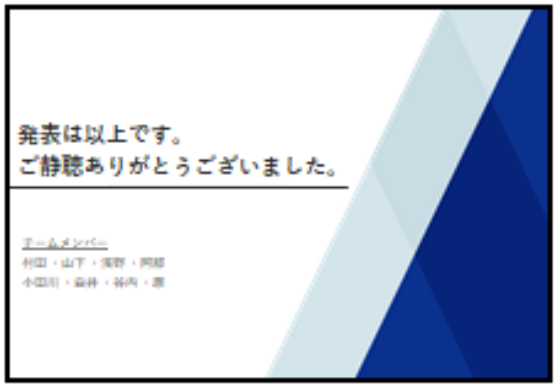
ご提案の狙い

人通りを増やし活性化へ

知ってもらう	来てもらう	ファンになる
▸ HPやSNSでの発信	▸ イベントの参加	▸ 飲食店&小売店の利用
▸ 問い合わせの増加	▸ 認知を拡散化	▸ オフィスビルへ入居


商店会について（非加入者）
商店会が何かを知らなかった。活動内容もよく分からない。
商店会の存在そのものを知らなかった。
商店会が、なにかも分からないので、コメントできない。加入については本社マターなので判断できないが、加入するメリットがないと検討のテーブルに上がらない。
商店会は知っているが、何をやっているのかよく分からない。一度、ビルのオーナーから説明があったが、よく分からなかった。
開業してから５年以上経っが商店会から誘われていない。
活動内容がよく分からない。閉鎖的な、組織というイメージ、仕事柄、商店街の事務を担いだ横のつながりは不要。
商店会の存在を知らなかった。加入については本社マターなので判断できない。
加入しているが、周辺者から引き誘われていないので、詳細は分からない。
※インタビュー調査結果より、対象の一部を抜粋
19

商店会の目指す姿
商店会の活性化へ
知ってもらう
加入してもらう
通りの活性化へ
商店会の認知を便進
活動を理解してもらう
地域の問題を分から合う
個人では出できない取り組み
新しい取り組み
より良い商店会へ
20


発表は以上です。
ご静聴ありがとうございました。
チームメンバー
村田・山下・浅野・岡部
小田川・森林・谷内・原

秋葉原観光推進協会　御中

新規顧客層獲得施策のご提案について

法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科
（石井・酒上・小平・清水・土井）
2021年11月10日

秋葉原駅の利用者基本属性について

アジェンダ

- サマリー
- 秋葉原駅の利用者基本属性について
- 新規施策ご提案について
  - -動画チャンネルの活性化
  - -VR仮想体験型観光案内所
- 秋葉原ハイブリッド体験ツアー新規ご提案について
  - -ノスタルジー消費の取り込み
  - -女性向け協働場所選択サービス
- まとめ

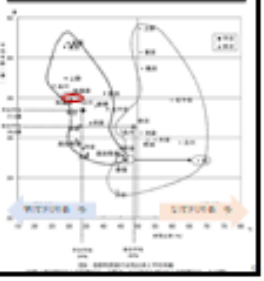
秋葉原駅の利用者基本属性について

- 他の駅と異なり中央線（快速）の乗り入れ駅として位置づけており、特徴的な動線に繋がっている
- 休日においても平日と同様の傾向・中央線新しいこの他の駅と比較して新しい

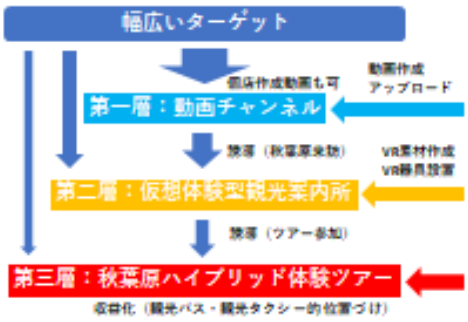
秋葉原駅　乗降者情報

基本情報	
一日乗降者数（通常ベースの日）	504,544(人)
利用者属性地	東京 [illegible] 埼玉 19.2 千葉 19.1 神奈川 10.5 その他 5.9 (%)
乗降者特徴	・休日の乗降利用者比率が高い高い ・休日乗降利用者が中数以上を占めている中で平日の比率が高い高い

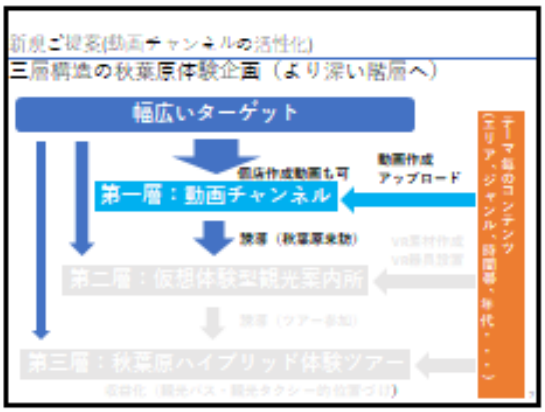
秋葉原駅　利用者属性



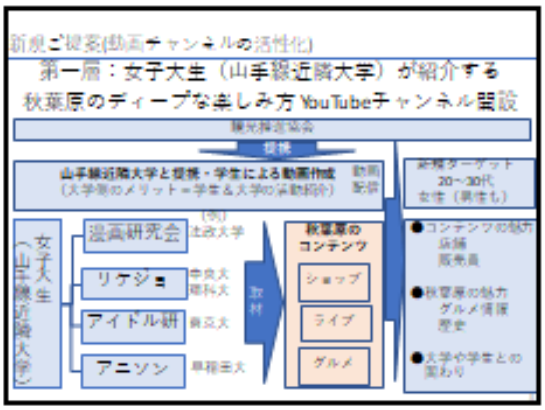
サマリー



新規施策ご提案について

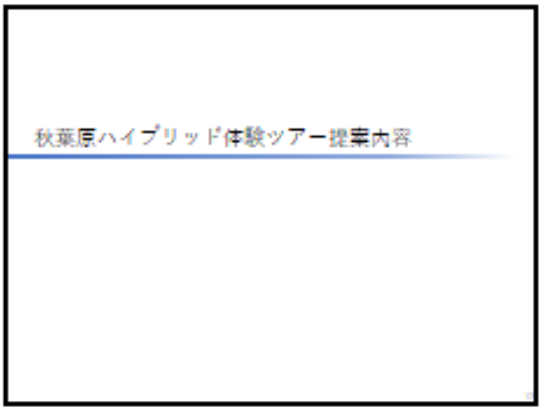

新規ご提案(動画チャンネルの活性化)
三層構造の秋葉原体験企画（より深い階層へ）
幅広いターゲット
個店作成動画も可
動画作成
アップロード
第一層：動画チャンネル
誘導（秋葉原来訪）
VR素材作成
VR機器設置
第二層：仮想体験型観光案内所
誘導（ツアー参加）
第三層：秋葉原ハイブリッド体験ツアー
収益化（観光バス・観光タクシー的位置づけ）
テーマ毎のコンテンツ
（エリア、ジャンル、時間帯、年代・・・）

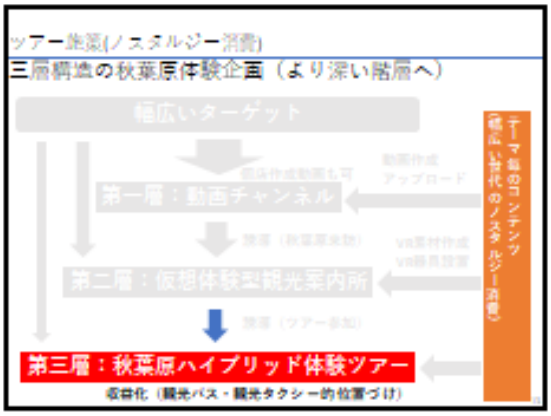
新規ご提案(VR仮想体験型観光案内所)
仮想現実型観光案内所に関する事例
観光インフォメーションセンター「TIC TOKYO」における実証実験
仮想現実(VR)を用いた観光案内
全国の47件の観光情報から選択して、仮想現実体験が可能
観光案内所に、VR端末を設置

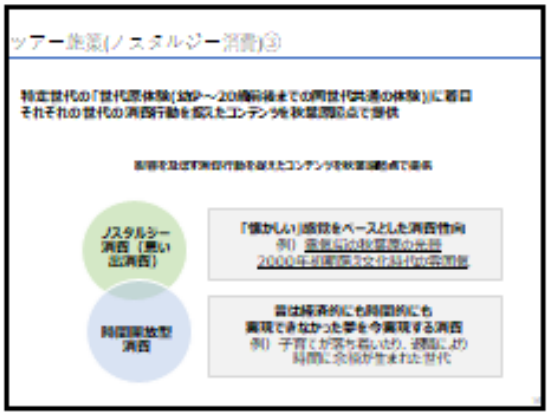

新規ご提案(動画チャンネルの活性化)
第一層：女子大生（山手線近隣大学）が紹介する
秋葉原のディープな楽しみ方 YouTubeチャンネル開設
観光推進協会
提携
山手線近隣大学と提携・学生による動画作成
（大学側のメリット＝学生＆大学の活動紹介）
動画配信
（例）
女子大生（山手線近隣大学）
漫画研究会
リケジョ
アイドル研
アニソン
立教大学
中央大
聖心大
青山大
早稲田大
取材
秋葉原のコンテンツ
ショップ
ライブ
グルメ
ターゲット
20～30代
女性（男性も）
●コンテンツの魅力
店舗
販売員
●秋葉原の魅力
グルメ情報
歴史
●大学や学生との関わり

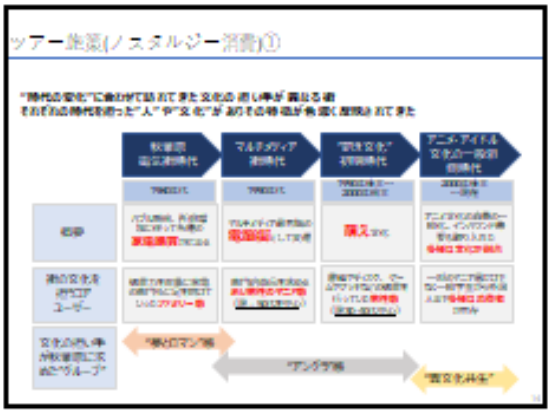
新規ご提案(VR仮想体験型観光案内所)
仮想現実型観光案内所に関する事例
観光インフォメーションセンター「TIC TOKYO」における実証実験
①画面をタッチ
②閲覧したいコンテンツを選択
③VR端末を装着
④全国の観光地をVR体験可能

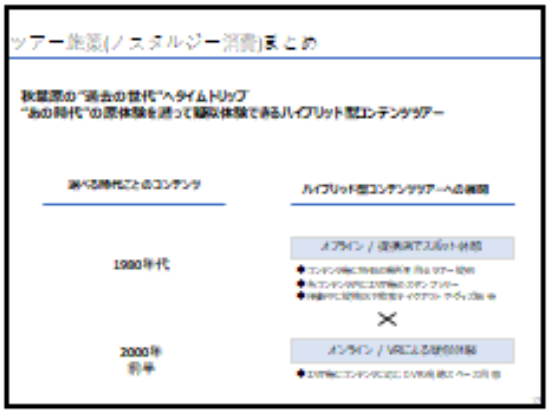
新規ご提案(VR仮想体験型観光案内所)
三層構造の秋葉原体験企画（より深い階層へ）
幅広いターゲット
個店作成動画も可
動画作成
アップロード
第一層：動画チャンネル
誘導（秋葉原来訪）
VR素材作成
VR機器設置
第二層：仮想体験型観光案内所
誘導（ツアー参加）
第三層：秋葉原ハイブリッド体験ツアー
収益化（観光バス・観光タクシー的位置づけ）
テーマ毎のコンテンツ
（エリア、ジャンル、時間帯、年代・・・）

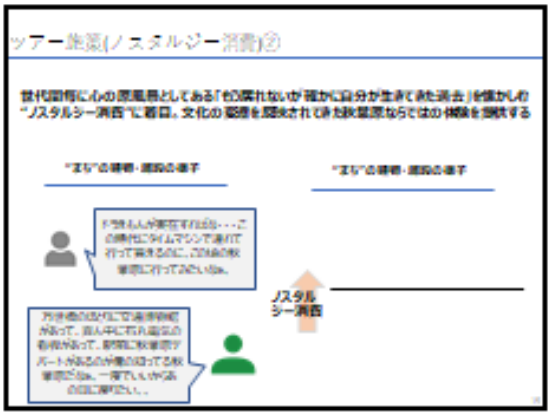

秋葉原ハイブリッド体験ツアー提案内容

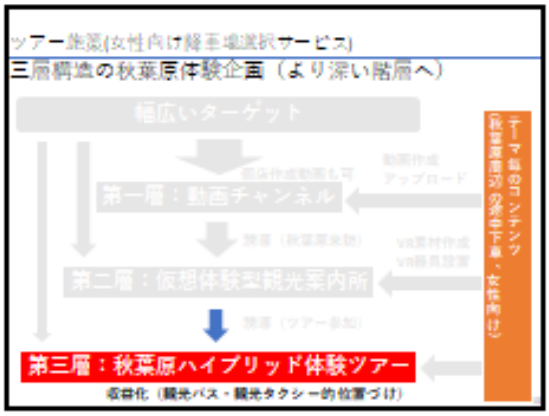

ツアー施策(ノスタルジー消費)
三層構造の秋葉原体験企画（より深い階層へ）
幅広いターゲット
第一層：動画チャンネル
第二層：仮想体験型観光案内所
第三層：秋葉原ハイブリッド体験ツアー
収益化（観光バス・観光タクシー的位置づけ）
テーマ毎のコンテンツ
（幅広い世代のノスタルジー消費）


ツアー施策(ノスタルジー消費)③
ノスタルジー消費（思い出消費）
時間軸放型消費


ツアー施策(ノスタルジー消費)①


ツアー施策(ノスタルジー消費)まとめ
1990年代
2000年前半

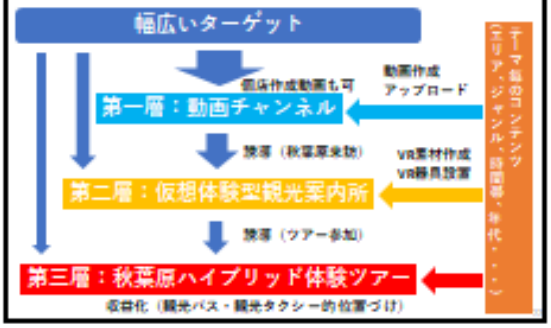

ツアー施策(ノスタルジー消費)②
ノスタルジー消費


ツアー施策(女性向け降車場選択サービス)
三層構造の秋葉原体験企画（より深い階層へ）
幅広いターゲット
第一層：動画チャンネル
第二層：仮想体験型観光案内所
第三層：秋葉原ハイブリッド体験ツアー
収益化（観光バス・観光タクシー的位置づけ）
テーマ毎のコンテンツ
（秋葉原周辺の美容・女性向け）

ツアー施策(女性向け降車場選択サービス)①

- ツアーで感じたこと
  - 何気なく歩いた場所に、歴史の跡があることを知った。
  - ツアー終了後に興味を持ったお店に行ってみたいけど場所が分からない。
  - 内容が盛りだくさんで長い。
  - 降車場所は、女性同士、家族で訪れたい場所の近くがよい。

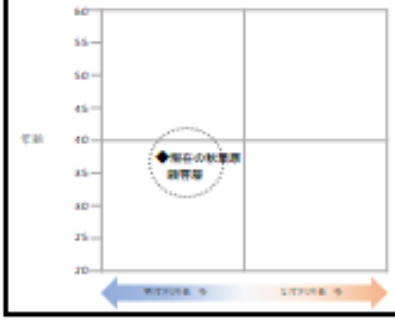
提案内容まとめ①



ツアー施策(女性向け降車場選択サービス)②

- 降車候補
- ちゃばら近く
  - ちゃばらで買い物
  - ルーフ・デッ・セゾンでバフェ
  - UDXでeスポーツ観戦

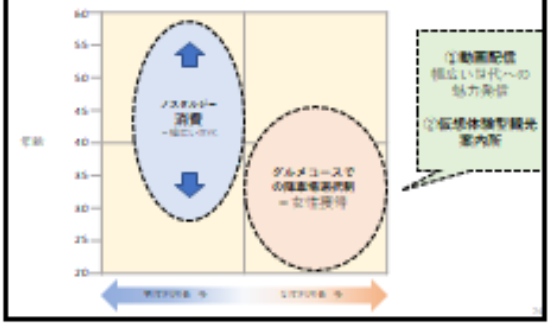
提案内容まとめ②



ツアー施策(女性向け降車場選択サービス)③

- 降車候補
- マーチエキュート近く
  - 旧万世橋駅を楽しむ
  - 展望デッキで、両脇を行き交う中央線を楽しむ

提案内容まとめ②



NPO法人
秋葉原観光推進協会 御中

教育の街、AKIBA

ご提案書

法政大学大学院
イノベーションマネジメント研究科
秋葉原 B班
青島、横澤、田中、西川、原田

秋葉原の現状

- コロナ禍により電気街・アイドル・メイド関連店の衰退が顕著になり、閉店店舗が増加

秋葉原の中小電気街は従業員のベテラン化・人件費の高騰、大型家電量販店の出現により衰退

アイドルやメイドカフェの登場として興隆するも、コロナ禍により来訪者が減少

1.St

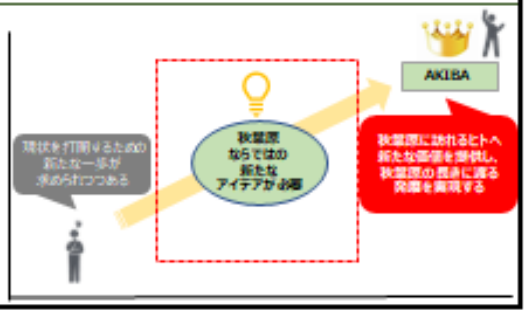
秋葉原地区の現状分析

課題抽出

ビジネスモデル提案

秋葉原の現状

- 人々がわざわざ訪れたい秋葉原をめざすためのアイデアが必要である



秋葉原の現状

- 訪日外国人の減少と併せて、秋葉原への来訪者も大きく減少している

2019年1~6月と2021年1~6月の比較

・訪日外国人は新型コロナウイルスの影響により約2,400万人減少

2019年と2021年のエリア滞在人数の比較

秋葉原	駅徒歩圏	48.2%
	秋葉原	44.9%
オフィス街	丸の内	29.3%
	品川駅	34.0%
観光地	関東近郊の大規模公園	29.9%
	軽井沢観光施設	36.9%

秋葉原の強み

- 秋葉原の伝統としての強みは以下3点

電気街としての古くからのイメージ

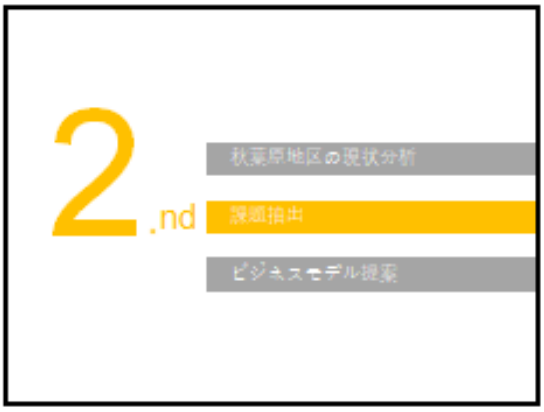
✖

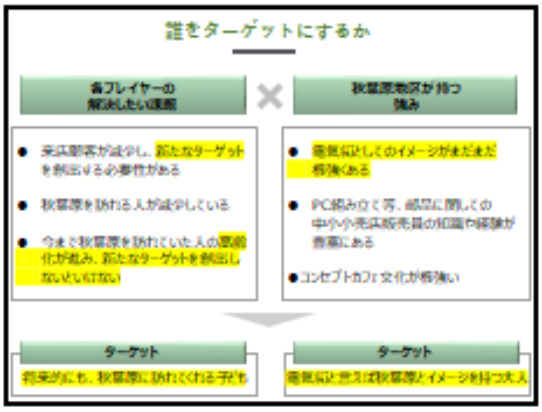
PC組み立て等、部品に関する販売員の知識や経験

✖

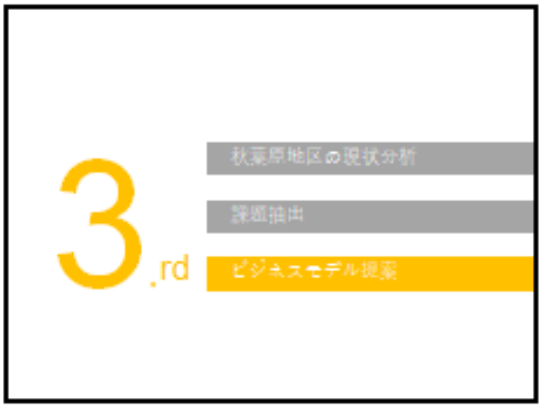
メイドカフェ等、コンセプトカフェ文化が強い

強みを組み合わせることで新たな秋葉原コンセプトやアイデアが生まれないだろうか？

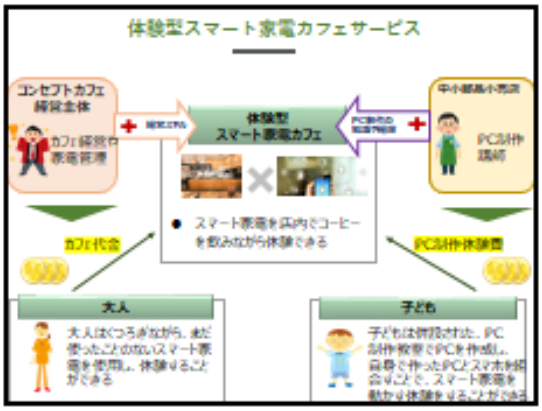

2.nd
秋葉原地区の現状分析
課題抽出
ビジネスモデル提案


誰をターゲットにするか
各プレイヤーの解決したい課題
秋葉原地区が持つ強み
受注顧客が減少し、新たなターゲットを創出する必要性がある
秋葉原を訪れる人が減少している
今まで秋葉原を訪れていた人の高齢化が進み、新たなターゲットを創出しないといけない
電気伝説としてのイメージがまだまだ根強くある
PC組み立て等、部品に関しての中小小売店販売員の知識や経験が豊富にある
コンセプトカフェ文化が根強い
ターゲット
将来的にも、秋葉原に訪れてくれる子ども
ターゲット
電気伝説、または秋葉原とイメージを持つ大人

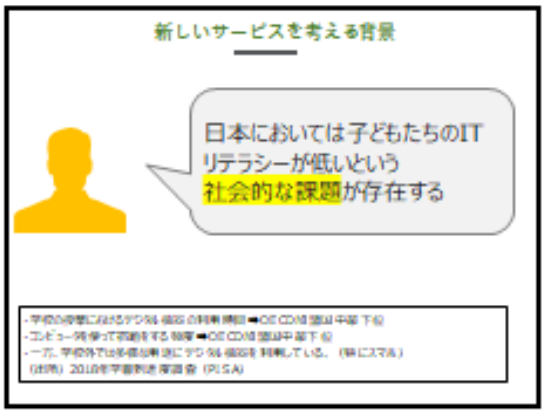
秋葉原の課題
原様のヒアリングの結果、秋葉原地区の悩みが多く浮き彫りとなった

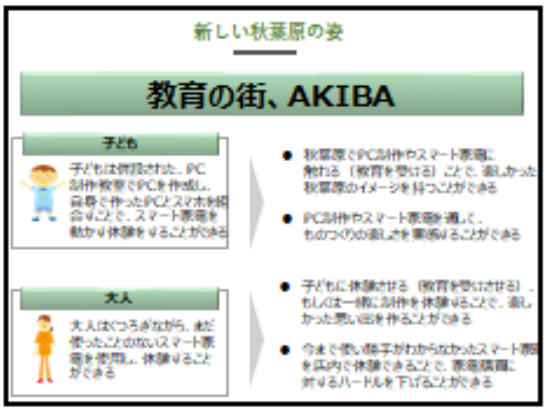

3.rd
秋葉原地区の現状分析
課題抽出
ビジネスモデル提案

誰のどんな課題を解決したいか
誰の：
・部品を売る中小小売店の経営者
・秋葉原を盛り上げたい方々
どんな課題：
・受注顧客が減少し、新たなターゲット層を開拓しないといけない
・秋葉原を訪れる人が激減している

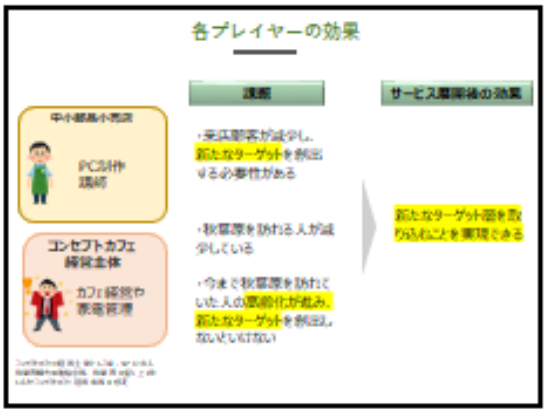

体験型スマート家電カフェサービス
コンセプトカフェ経営全体
カフェ経営や家電管理
体験型スマート家電カフェ
PC組み立て技術
スマート家電を店内でコーヒーを飲みながら体験できる
カフェ代金
PC組み立て体験費
大人
大人はくつろがながら、まだ使ったことのないスマート家電を使用し、体験することができる
子ども
子どもは併設された、PC組み立て教室でPCを作成し、自分で作ったPCとスマホを結合することで、スマート家電を動かし体験をすることができる

PC制作とプログラミングについて
操作指示
・子どもたちが、制作教室で作成したPCでプログラムを作成する
・スマート家電を遠隔で操作する体験ができる


新しいサービスを考える背景
日本においては子どもたちのIT
リテラシーが低いという
社会的な課題が存在する


新しい秋葉原の姿
教育の街、AKIBA
子ども
子どもは併設された、PC制作教室でPCを作成し、自身で作ったPCとスマホを組合せることで、スマート家電を動かす体験をすることができる
秋葉原でPC制作やスマート家電に触れる（教育を受ける）ことで、楽しかった秋葉原のイメージを持つことができる
PC制作やスマート家電を通して、ものづくりの楽しさを実感することができる
大人
大人はくつろがながら、まだ使ったことのないスマート家電を使用し、体験することができる
子どもに体験させる（教育を受けさせる）、もしくは一緒に制作を体験することで、楽しかった思い出を作ることができる
今まで使い勝手がわからなかったスマート家電を店内で体験できることで、家電購買に対するハードルを下げることができる

新しいサービスを考える背景
N=500
・家電製品を購入する際に、「熟考派」「どちらかといえば熟考派」と答えた人が7割（69.3%）であり、大部分の人が時間をかけて家電を購入している。
・購買商品について後悔した理由は「機能がもの足りない」（29.9%）で約3割となっている。次が「使いにくかった」（25.2%）。
購入後の後悔をしないために、家電を体験してから購入するという顧客ニーズが存在するのではないか？
N=500


各プレイヤーの効果
課題
サービス展開後の効果
PC制作講師
コンセプトカフェ経営主体
カフェ経営や家電管理
・来店顧客が減少し、新たなターゲットを創出する必要性がある
・秋葉原を訪れる人が減少している
・今まで秋葉原を訪れていた人の高齢化が進み、新たなターゲットを創出しなければならない
新たなターゲット層を取り込むことを実現できる

まとめ
教育の街、AKIBA
体験型
スマート家電カフェ
・様々な人の課題解決と、様々な人のニーズ充足を実現することができる
社会的な課題
顧客ニーズ

千代田区 × 法政大学
“秋葉原ハイブリッドツアー”
に対する改良企画提案
『外国人が憧れる街“アキバ”』に求められるサービスを目指す
担当　：中川
メンバー：[illegible]
山本、[illegible]
2021/11/10

はじめに
<試乗体験の感想>
■ 日時, コース
・10/6(水) 13:30~14:50
・グルメコース
■ 感想
・周りの目がちょっと恥ずかしい
・運転手さんが非常に優しいので申し訳ない気持ちになってくる
・1時間乗っていると体がきつい
・音声案内がふ行単位とズレていた
・モニターがあまり有効利用されていなかった
・VRコンテンツは面白かったが、オノデンでの待ち時間が長かった
・荷物を置く場所がないのは不便だった

目次
■試乗体験の感想 ・・・ P3 ～ P5
■ご提案のコンセプト ・・・ P6 P11
■企画提案 ・・・ P12 ～ P23

はじめに
<試乗体験の感想>
<今回の内容>
個別の改善提案ではなく
『もっとワクワクするサービス』
にするための企画提案

試乗体験の感想

ご提案のコンセプト

外国人に人気の都内観光スポット
都内の外国人観光者の4割近くが秋葉原を訪れている

"未来社会"のモチーフにもなった秋葉原
ゼロの未来

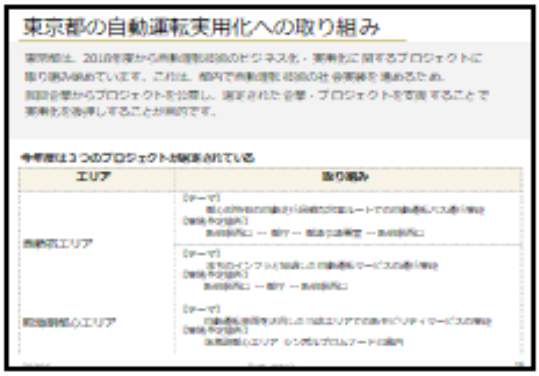
秋葉原の課題
外国人観光者が来訪前に抱く
期待に応えきれていないのではないか？

提案コンセプト
テクノロジー
×
コンテンツ
近未来感

秋葉原に期待するイメージとは？
INPPON WANDERING TV
『世界一のオタク街』『アニメや漫画の聖地』
『いつかアキバに行くのが夢』『未来的な街』

企画提案

提案概要
自動運転モビリティ
×
MR技術による観光案内
近未来感の演出により外国人の方々の期待に応える


東京都の自動運転実用化への取り組み
エリア
取り組み

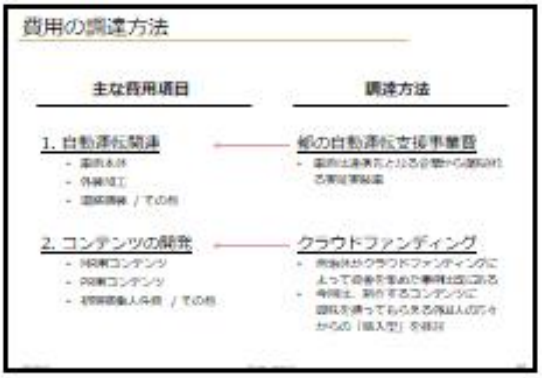
自動運転に関する実証実験の取り組み
■ 歩行者天国内自動運転バス（丸の内仲通りの実証実験）
■ 名古屋市内栄地区　自動運転バス実証実験

近未来感の演出するモビリティ
先進テクノロジーを感じるモビリティ
コンテンツ性の高いモビリティ
トヨタのコンセプトカー『トヨタ Run 7』
映画：バック・トゥ・ザ・フューチャーの劇中車『デロリアン』
メルセデスベンツ直下のスマートのコンセプトカー『フォーツー』
映画：マッドマックス 怒りのデス・ロードの劇中車『イカルース』

自動運転の実証誘致に積極的な自治体
自治体
取り組み

MR技術とは？
Mixed Reality（複合現実）の略
東京オリンピックの開会式演出にも活用した技術
多人数・移動型MRシステムの実用化研究も行われている

近未来感の演出するMR観光案内 (1)
“時代とともに変化し続ける秋葉原”
という強みを活かす
過去
現在
未来


費用の調達方法
主な費用項目
調達方法
1. 自動運転関連
2. コンテンツの開発
クラウドファンディング

近未来感の演出するMR観光案内 (2)
ドラえもん
AKIRA
日本が誇るコンテンツの未来世界観と
秋葉原の街並みを融合する
攻殻機動隊
ポケモン

期待感を高めるプロモーション活動
ネイティブの目線で期待されている情報
（映像など）を外国に発信している

（資料７）

5.　学生の感想

今回の千代田学に参加した大学院生は年齢も経験も多様であり、今回得た感想も様々なものとなった。個々の感想のエッセンスとなるが、以下、生の声を記すことで千代田学の成果と捉えることもできると考える。

①今回の千代田学の調査で、私が特に印象的だったのが、多くの住民が地域に関する問題点や想いを積極的に語ってくれたことである。自分が働く地域が生き生きとあってほしいという想いは誰しも共通であり、その想いを「誰かと分かち合いたい」という感情を持つのは自然なことである。商店会は、その想いを受け止められる存在であり、個人では解決できない地域の課題を一緒に解決できる力を持っている。これこそが、地域組織の存在意義であり、原点でないかと思う。地域組織はそうした問題解決の重要な役割を果たす潜在的な力を秘めているのではないかということが、今回の千代田学を通じて私が得た最大の学びである。

②今回の我々の提案は関係人口を増やすような施策が多く、これは移動制限の解除とともに効果を発揮する可能性がある。しかし、いわゆる流動人口がかつての水準に戻らないと予想されることに対し、それによる経済縮小をいかにして補うか、という問題は時間が経つほど深刻化していく、そう考えると今後は地域政策や都市開発といった視点での提案が求められるのではないだろうか。

③他の講義では体験できない官公庁向けの提案活動ができて非常に有意義であった。一方でもう少し時間があれば、ヒアリングや実態調査などができ更に良いアウトプットが出せたかもしれないと思うと後悔の残るものとなった。

④本講義は、他の講義では扱っていない事業会社以外のコンサルティングについて学べて非常に良かった。

⑤千代田区は有名大学が集まっていて産業クラスターができそうな土地柄でありイノベーションの街というブランドイメージが作れる可能性を感じた。千代田区が支援してインキュベーション・センターを作り、千代田区内の複数の大学が交流・連携できる環境が作れるとイノベーションが起きそうである。

⑥商店街の活性化施策としては、商店街における集客イベントがメインですが、「賑わいの創出」という漠然とした目標に基づいて実施しているため、単発的な集客にとどまり、継続的な集客や売上の増加を実現するに至っておらず、商店街の衰退に歯止めがかからない状況です。この反面、集客イベントを実施するためには、事前準備や関係機関等との調

整、当日の運営や後片付けといった多くの手間がかかるため、イベントを開催したこと自体に満足してしまい、効果検証が疎かになってしまっているのではないかと考えます。商店街の活性化に限らず、行政による資金拠出については、単なる給付金的な使い方でなく、投資として事業の成長につながるよう、継続的な効果が見込めるような使い方に改善すべきであると考えますし、このためには適切かつ明確な目標を設定し、これを踏まえた効果検証を実施していくことが重要であると考えます。

⑦今回、最も印象深かったのは、商店街の人々が提案を聞き、喜んで帰っていく姿であった。経営大学院の社会における役割としては、事業者的な視点、マネタイズという面から地域（行政）に研究を還元することが、期待される役割の一つなのではないかと感じている。千代田学を通して、地域（行政）の課題解決について学ばせていただいたこと、また、行政のトップである区長に対し、直接提案する機会を頂けたことは、大変有意義でした。

⑧報告会の場は緊張感があり、非常に良い経験ができました。こういったプレゼンテーションは、いつもとは勝手が違い、対応力が求められると感じ、非常に良い経験となりました。

⑨11 月 10 日に実施された発表会に至るまで「千代田学」に関する自身の印象は、正直、講義の一環としての受動的テーマに留まり、その発想から抜け出すことはなかった。ところが、発表会にて会場に集まった様々な立場、理由を持つステークホルダーと直接対面し、ようやく「千代田学」の本質に触れたと感じた。この取り組みに潜んでいた重要な要素が、人々の「熱」である点に自身の感覚として遅ればせながら気づくことができた。この「熱」を利用できれば、大抵の社会問題に向き合えるのではないか？と言う新しい問いに行きついた。

⑩社会課題の種類も難易度も広がっている中、産官学による連携の必要性と可能性は増し、消費する資源と時間の有効性を上げていくことも求められる。その有効性を発揮するには熱源の誠実な認識と、その熱量向上のためのシナリオ主導が重要である。今回の実習課題以外でも地域の抱える社会課題は多々存在する。学んだ千代田学のモデルはこれら多様な社会課題解決に十分応用できると考察した。

⑪産官学の熱量を最大化するには、シナリオ作りとそのシナリオの運営マネジメントができる人材育成が必要である。社会課題は行政や誰かの仕事ではなく、地域に暮らす・働く・学ぶ人たちで解決したいと考える社会的風潮も醸成されつつあると感じた。

⑫私が住んでいた地域は観光都市の色が強いため、インバウンドを中心とした観光客の減少が地域経済に与える影響も多かったが、日本の都心の中でも最も中核である千代田区であっても、同じようにコロナの影響を大きく受けていて、さらに、定住者以外の関係人口の多さから通勤・通学する人たちの減少といった影響も受けている現状を知り、改めてコロナが与えた影響の大きさを痛感させられた。このような、時代が大きく変化する局面において、どのような対応が求められているかが問われる中で、行政や地域の方々に施策を提案させていただく機会を頂けたことはとても貴重な経験となった。

⑬企業と地域コミュニティの違いはありますが、強みや弱み、機会、脅威を分析し、最適解を求める事は他の実習と変わらず、学んだ経験が活かせる事を実感しました。STP や４P などのマーケティング手法や、外部環境、内部資源調査を実施する事で、学んできたスキルが多方面に応用が効く事を肌で感じる事ができ、大変勉強になりました。加えて、千代田区長の前で発表する機会など、人生でそうそうあるものではなく、自分達の提案を多方面の方に聞いていただける機会を設けてくださった事に大変感謝しております。

⑭地域活性化や商店会の活動など、街づくりにかかわること自体がとても新鮮で、普段何気なく利用している地元の商店街や魚屋などに対しても、講義を受ける前とは違う視点で考えるようになった。例えば、「この商店街にあるお店は中華系が多い」「地域内の小学校と協力して絵を飾ったり垂れ幕をしている」等に気がつくようになった。

⑮この講義を履修したことで、自分の地元にも興味をもつようになった。これからは、子供の小学校の活動などを通して、もっと地域社会に貢献していきたい。
千代田学から学んだことは、以下のような点である。
１）フィールドワークの重要性
　1 回だけの調査では、上辺だけの提案しかできていなかった。最終的には、5 回に渡るフィールドワークが、商店会で実現可能な、地に足の着いた提案に繋がったと感じた。
２）大学のネームバリュー
　法政大学のネームバリューを感じた。地域の人も初対面でも信用してくれているのが良く分かった。また、商店会に複数の OB の方がおられたのにも驚いた。
３）千代田区の地域資源の豊富さ
　神楽坂、秋葉原、神田古書店と著名な地域資源が多数あるのがわかりうらやましかった。「出世不動尊」のような、江戸時代からの文化を感じるような施設も多数あり、情報発信さえうまくできれば昼間人口の大半を占める学生・社会人に対してアピール可能に思った。

⑯千代田区について、昼間人口が多く、コロナにより商店街、飲食店が打撃を受けているという話が印象に残っています。東京都で一番昼夜間人口比率が一番高い区になっているということでした。コロナによりテレワーク導入が進むとコスト削減の観点からもオフィス縮小を進める可能性も高く、そもそもの昼間人口が元に戻る可能性は低いのではないかと考えます。オフィスが減少すると仕事のために千代田区に立ち寄る人口が減少するため、仕事以外で千代田区を訪れる人を増やす、或いは夜間人口を増やすという対策を検討することになることが理解できました。

⑰商店街組合や理事とのインタビューを通じて、「商店街にも活気のある商店街があること」を知ることができました。私の地元の商店街や、中小企業診断士の勉強を通じて、私の中で「商店街＝過去のもの」という印象がありましたが、今回の商店街への視察や理事とのインタビューから「商店街＝地域に根付き活気のあるエリア」という認識に変わりました。実際に商店街に訪れると、商店街独自の歴史があり、今も地域住民や書籍などを好む層に愛されている商店街であると感じました。このように、理事とのインタビューや商店街の各店舗の視察を通じて、私の中の「商店街＝過去のもの」という価値観を、「活気のある商店街」という認識に、がらりと変えるきっかけを今回の講義を通じて得ることができました。

⑱秋葉原は「誰かにとっての聖地」であり続ける。今の秋葉原にとってメインストリームであったインバウンドや異文化交流の波は、COVID-19 に影響で止まってしまったと言わざるを得ない。一方で、世界に発信するほどの尖ったコンテンツ力を持っていた街であることに変わりはない。今後も秋葉原という街がどこの、誰にとっての聖地になっていくのか楽しみである。

⑲「千代田区の在住者を増やす」ということも、千代田区の活性化に有効であると考える。千代田学をきっかけに千代田区について改めて考えたが、千代田区は歴史があり、皇居周辺は緑もあり、オフィスもありというように大変魅力的な区であると感じた。今後も千代田区に在住する人、在勤する人、通学する人など千代田区に関わる全ての人が魅力に感じる千代田区であってほしいと思う。

⑳商店街振興組合に所属する多くの経営者が持っている想いや利害はさまざまであり、商店街として方針や施策を統一して実行することの難しさを感じました。さまざまな利害を調整するために、経営や経済といった観点以外に政治という観点も入る、経営診断実習で行う診断とは異なる風味の中で、施策を考える実感がありました。

　そのため、施策を考える上において、どのようにすると１社だけではなく、万人がやりやすそうと思うか、やってみたいと思うかという前提を踏まえながら、提案の施策を考え

て、グループワークに臨んでいました。商店街として改善や成長を提案することは、非常に難しいことだと実感しました。

㉑東京の歴史は、江戸幕府が始まって以降のものであり、地方に比較して新しい歴史であると言えます。しかし、日本の中心地として、江戸時代の文化や大戦、経済成長などの中で、濃密な歴史を歩んできた土地でもあります。

千代田区は東京の中でも中心地であると言え、今回提案した神田・神保町・秋葉原エリアは時代に合わせて街が変化しながらも、独自の風情や文化を形成した地域です。他の地域が模倣困難であるこの魅力を、現代の進歩した手段をうまく活用して発信することが、同地域の今後の発展につながるのではないかと、「千代田学」を通じて考えました。

㉓「私たちが今まで経験してきた実習は、経営者が最終的な意思決定者ですが、商店街などの団体は、意思決定や合意のプロセスが複雑で、共通する利害や相反する利害などの異なる観点を有する、いわゆる利害関係者が存在する。こうした点を踏まえて提案を行う。」この重要性を今回、改めて実感することができました。私たちの調査・研究のために、各商店街や千代田区関係者など多くの方々の「お力添え」をいただきました。11 月 10 日の報告会では、参加者からの多くの「期待」も感じました。

㉔人財が挑戦できる環境を整えることに焦点を当てていることに、他の地域にはない先見性を感じました。今まで講義などで扱っていた地方地域や企業では、人材不足が最も大きな解決すべき問題である傾向がありました。その為どのようにして人を誘致しようかという点が焦点であったが、今回千代田区の方法では一歩進んで人材が最も活躍するための土台をどのように提供するかという点に焦点が当てられていた点に他の地域にはない優位性があると考えています。しかしながら地方都市も同じようなスケールで物事を模倣することはできないかもしれないが、同様の何かはできるのではないかと感じました。今後はほかの地方都市との連携を図りつつ、こうした高度な人材を活かす土台作りを全国に火止めるべきだと感じました。

6.　千代田学シンポジウムの開催

2022 年 2 月 18 日（金）に法政大学地域研究センターにおいて、千代田学シンポジウム「千代学の概要および活動報告」を開催した（資料８参照）。

パネルディスカッションにおいては、①パネリストと神保町界隈の繋がり、思い出、②神保町界隈の魅力（らしさ）、特徴、吸引力とは、③コロナ過での神保町、④街の移り変わりをどう捉えるか、⑤街の開発について、デベロッパーやチェーン店の進出、⑥文化の発信という役割、⑦どのようにして観光を呼ぶのか、⑧神保町界隈の活性化における大学や行政の役割、という観点から議論を行った。

議論に出てきたキーワードとしては、古書店、本屋、出版社、老舗のお店、カレー店、楽器店、スポーツ用品店（アウトドア）、大学生、中華料理店などであり、神保町界隈は多様な業種と多様な文化が混ざり、独自の発展をしてきている。また、最近の変化としては、三省堂書店本社・本店ビルの建替え計画や岩波ホールの 2022 年 7 月閉館が取り上げられ、新しい波としては、2020 年神保町よしもと漫才劇場オープンなどが取り上げられた。

（資料８）

法政大学地域研究センター　2021 年度「千代田学シンポジウム」

法政大学地域研究センターは、令和３年度「千代田学」に関する事業提案制度に採択され、「千代田区の商店街活性化についての調査・研究」を行いました。

「千代田学」とは、千代田区が実施する千代田区内の大学等の事業提案制度です。

本シンポジウムでは、千代田学の活動報告と「神田、神保町、小川町、地域の魅力とこれから」というテーマでパネルディスカッションを行います。ぜひご参加ください。

日時：２月 18 日(金)　19 時～21 時
形式：オンライン（Zoom ミーティングを使用）
※事前申し込みが必要です

プログラム
①19 時～19 時 20 分
　松本敦則　（法政大学地域研究センター・センター長）
「千代学の概要および活動報告」

②19 時 20 分～21 時
パネルディスカッション　「神田、神保町、小川町、地域の魅力とこれから」

司会
松本敦則
パネリスト
岡本義行（法政大学地域研究センター特任教授）
関幸子（㈱ローカルファースト研究所代表取締役、地域活性学会副会長）
正木聡（常磐大学総合政策学部教授・観光学）
小松誠（ジャズ　オリンパス！　店主）

――申込――
こちらからお申込みください。
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSehpJK9b8L7y_7rmlt-OP0o15TBTHkhxK_g0LmOeBhtqXiLvQ/viewform?usp=sf_link
申込期限：2022 年 2 月 16 日(水)　17 時
当日の接続先はお申し込みいただいた方にのみ、前日にお送りします。

7. まとめ

本事業では、「千代田区の商店街活性化についての調査・研究」というテーマで、社会人大学院生 36 人が 6 チームに分かれ、各商店街や地域団体の課題解決を行うというものであった。

令和３年 10 月 6 日に、それぞれの場所でインタビュー調査を行い、またその後もグループワークや現地調査を行った。11 月 10 日の成果報告会においては、１チームあたり 15 分のプレゼンテーション×６チームを行った。

各チームの提案に対し、多くの方々から概ね前向きなコメントをいただいた。中には学生の提案を実施してみたい、という意見もいただいた。この成果報告会には千代田区長や千代田区商店街連合会会長もご参加いただくなど、学生にとっては大変な緊張感の中で貴重な経験を積むことができた。

今回の「千代田学」の実施に対し、多くの方々から多大な協力をいただいた。特に我々の担当となった千代田区地域振興部商工観光課は担当課長、担当係長、担当課員が快く本事業を受け入れていただき、何かあるごとに親身に相談に乗っていただき、適切なアドバイスもいただいた。

また、千代田区商店街連合会事務局長にも感謝したい。本事業において学生の調査を受け入れていただく商店街を事務局長が自ら各商店街に交渉していただいた。

今回の令和３年度の千代田学事業は終了したが、法政大学地域研究センターとして、多くの方々にご協力いただいたことを感謝し、今後も千代田区の商店街や地域団体の方々と継続して関わっていきたい。

【 参考文献 】

（講義やグループワークで使用したものも含む）

阿部大輔（編）（2020）『ポスト・オーバーツーリズム: 界隈を再生する観光戦略』学芸出版社

一般社団法人東京都中小企業診断士協会認定商店街研究会（編）（2013）『TOKYO キラリと光る商店街』同友館

一般社団法人東京都中小企業診断士協会認定商店街研究会（編）（2017）『TOKYO+（プラス）ひときわ輝く商店街』同友館

岩崎邦彦（2019）『地域引力を生み出す 観光ブランドの教科書』日本経済新聞出版

枝廣淳子(2018)『地元経済を創りなおす――分析・診断・対策』岩波書店

大内田鶴子, 小山騰, 藤田弘夫, 熊田俊郎（編）（2008）『神田神保町とヘイ・オン・ワイ―古書とまちづくりの比較社会学』東信堂

小川雅人（2017）『商店街機能とまちづくり―地域社会の持続ある発展に向けて』創風社

大社充（2013）『地域プラットフォームによる観光まちづくり: マーケティングの導入と推進体制のマネジメント』学芸出版社

大社充、事業構想大学院大学（2018）『DMO 入門 官民連携のイノベーション』宣伝会議

片寄俊秀（2002）『商店街は学びのキャンパス―現場に学ぶまちづくり総合政策学への招待まちかど研究室「ほんまちラボ」からの発信』関西学院大学出版会

観光庁（2021）『観光白書コンパクト版 令和 3 年版』日経印刷

九州大学大学院アーバンデザイン学コース（編）（2015）『都市理解のワークショップ ――商店街から都市を読む』九州大学出版会

高坂晶子（2020）『オーバーツーリズム: 観光に消費されないまちのつくり方』学芸出版社

酒巻貞夫（2004）『商店街の経営革新』創成社

首都大学東京, 公益社団法人日本観光振興協会（編）（2018）『日本の観光を担う次世代リーダーへ』、出版文化社

デービッド・アトキンソン（2017）『世界一訪れたい日本のつくりかた』東洋経済新報社

長坂泰之, 齋藤一成, 綾野昌幸, 松井洋一郎, 石上僚, 尾崎弘和（2012）『100 円商店街・バル・まちゼミ: お店が儲かるまちづくり』学芸出版社

日本政策投資銀行（2017『観光 DMO 設計・運営のポイント――DMO で追求する真の観光振興とその先にある地域活性化』ダイヤモンド社

羽田耕治（2020）『はじめてでもわかる! 自治体職員のための観光政策立案必携』第一法規

見知らんジャパン研究室（2017）『東京商店街さんぽ vol. 2　東京 23 区城東エリア』秀和システム

宗田好史（2020）『インバウンド再生: コロナ後への観光政策をイタリアと京都から考える』学芸出版社
村山慶輔（2020）『観光再生 サステナブルな地域をつくる 28 のキーワード』プレジデント社
『神田神保町古書街 2008』（2007）毎日新聞社
『神田・神保町・御茶ノ水本（エイムック 4048）』(2018) ㈱えい出版社
『散歩の達人(handy)神田・神保町: 九段下』（2016）交通新聞社
『散歩の達人　神田・神保町』2021 年 11 月号. No308　交通新聞社
『千代田学募集案内』
https://www.hosei.ac.jp/application/files/9115/9547/5420/2021chiyodagaku_AR.pdf
『千代田区商工振興基本計画平成 29（2017）年度～平成 33（2021）年度』
https://www.city.chiyoda.lg.jp/koho/shigoto/sangyo/shotengai-shokoshinko/kihonkekaku.html
『みんなの神田神保町御茶ノ水（えるまが MOOK ミーツ・リージョナル別冊）ムック』（2017）京阪神エルマガジン社