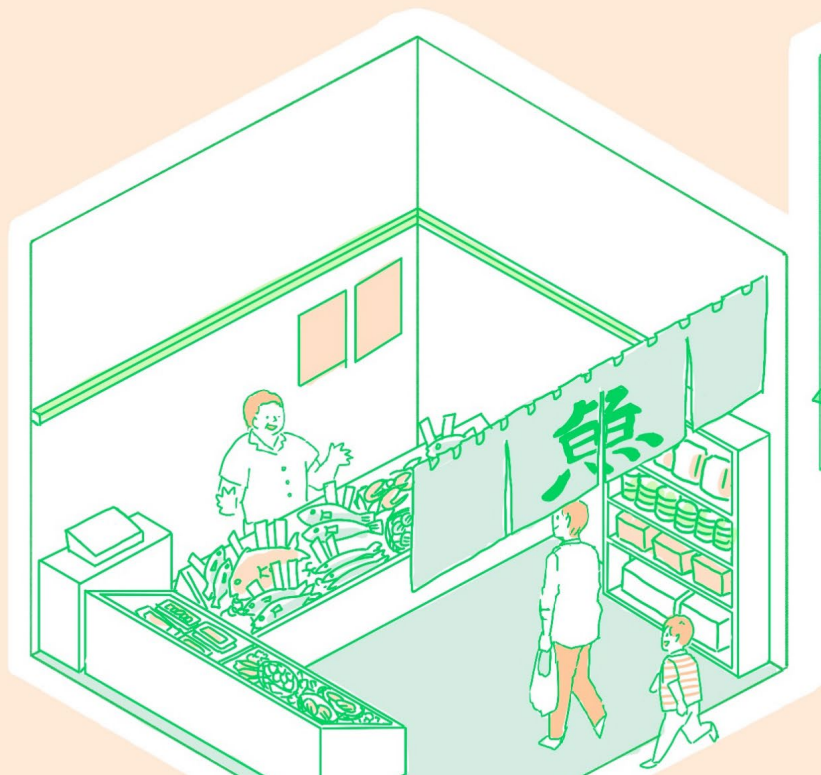


横浜市立大学サマーデザインワークショップ 2025

商店街から、 街の“居場所”を考える

株式会社 丹青社 古屋梓



ワークショップ概要・目的

WSの概要

本ワークショップは、商店街をケーススタディとして、
街に求められる“居場所”とはなにかを考えることを目的としています。

単に物を売る場所ではない、地域コミュニティや人々の生活に深く関わってきた商店街に着目し、
その現状を踏まえ「**人々が心地よく過ごせる、街の居場所となる空間とはどのようなものなのか？**」
という問いについて深く掘り下げていきます。

WSの目的

**人々が滞在したい場所を創ることが街の価値に繋がることを知り、
街に暮らす人・訪れる人にとっての“居場所”とは何かを考える。**

- ・データから時代のニーズや潮流を知り、今どんな場が求められているのか傾向を理解する。
- ・多様な人の暮らす街について考えることで、他者への想像力を育む。
- ・チームで議論を行うことで、違った視点を知るきっかけを作る。

タイムスケジュール

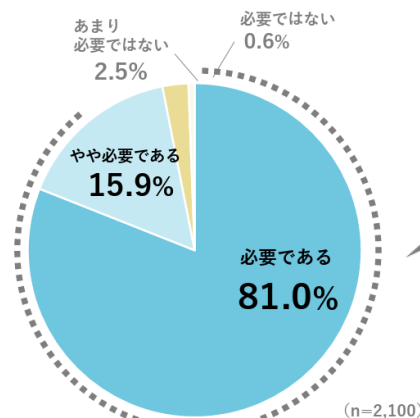
10:00-10:10	概要説明
10:10-10:30	アイスブレイク（自己紹介・自宅以外のお気に入りの場所）
10:30-11:10	データ・資料説明
11:10-12:00	WORK 1 （とある街の商店街　どんな人がいる街だろう？ブレインストーミング）
12:00-12:50	お昼休み
12:50-13:20	WORK 2 （ペルソナ作成　街の人はどんな居場所がほしい？）
13:20-14:40	WORK 3 （ペルソナをもとに、街の居場所となる商店街を作ろう）
14:40-15:00	ワークまとめ （あなたの考える”街の居場所”とは？）
15:00-16:00	試作・発表資料作成
16:00-16:45	発表会(フィードバック、リフレクション)
16:45	終了

「居場所」に関する人々の意識

ほとんどの人が居場所が必要と回答。

しかし学校や職場以外で、住んでいる街や地域には居場所がないと感じている人も多い。

●あなたにとって居場所は必要ですか

Q1 あなたにとって、「居場所」は必要ですか。(SA)
【基数：対象者全員】

●お住いの街や地域社会に、あなたが自分の「居場所」だと感じている場所はありますか。当てはまる場所すべてお知らせください。

約3人に1人が居住する街に居場所がないと回答

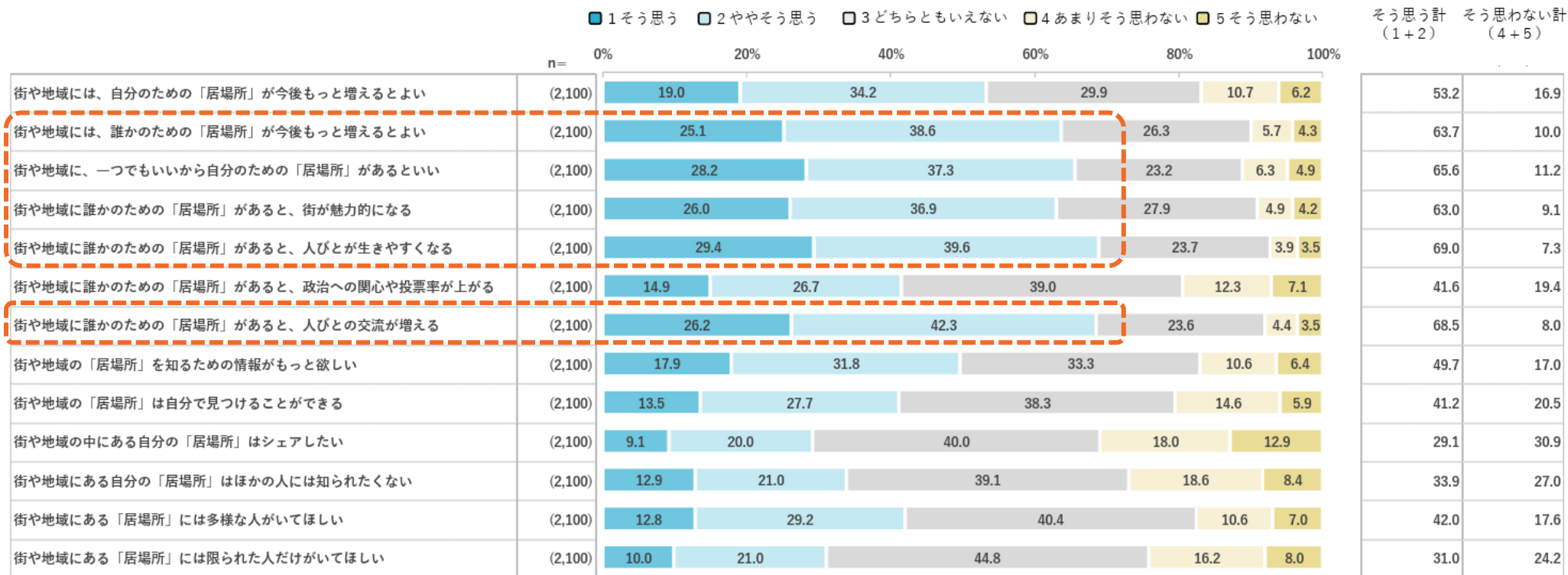
		カフェ・喫茶店（お茶をするところ）	オフィス・職場・仕事場（アルバイト先を含む）	図書館	山など自然を感じられる場所	海辺、港、川べり、野原、公園、ビオトープ	学校・専門学校・サークル・同好会などの練習所・たまり場	商業施設（ショッピングセンター・モールなど）	温泉・銭湯・スーパー銭湯	スーパーマーケット・コンビニ・個人経営の商店	定食屋・レストラン（食事をするところ）	住んでいる街や地域社会の中に、自分の居場所だと感じる場所はない
全体		18.6	14.8	13.1	11.8	11.1	10.9	10.9	10.6	10.0	9.4	32.5
年代別	10代	17.3	4.0	14.7	11.3	11.7	43.7	12.7	9.7	11.7	8.3	21.7
	20代	19.3	20.0	8.7	10.3	9.3	15.0	11.3	12.7	9.0	8.7	37.0
	30代	21.7	19.7	10.0	10.3	9.3	4.0	11.0	10.7	8.3	8.3	37.7
	40代	20.0	18.3	10.3	8.7	14.3	2.0	10.0	11.0	7.3	11.0	37.0
	50代	18.0	21.7	10.0	12.7	11.0	3.3	12.3	8.7	11.7	10.3	33.0
	60代	13.0	13.3	14.0	11.7	7.0	1.7	7.0	9.0	9.3	8.7	38.3
	70代	20.7	6.7	24.0	17.7	15.0	6.7	11.7	12.3	13.0	10.3	23.0

※「上位10位までの回答」及び、「居場所だと感じる場所はない」と回答した項目を抜粋

「居場所」に関する人々の意識

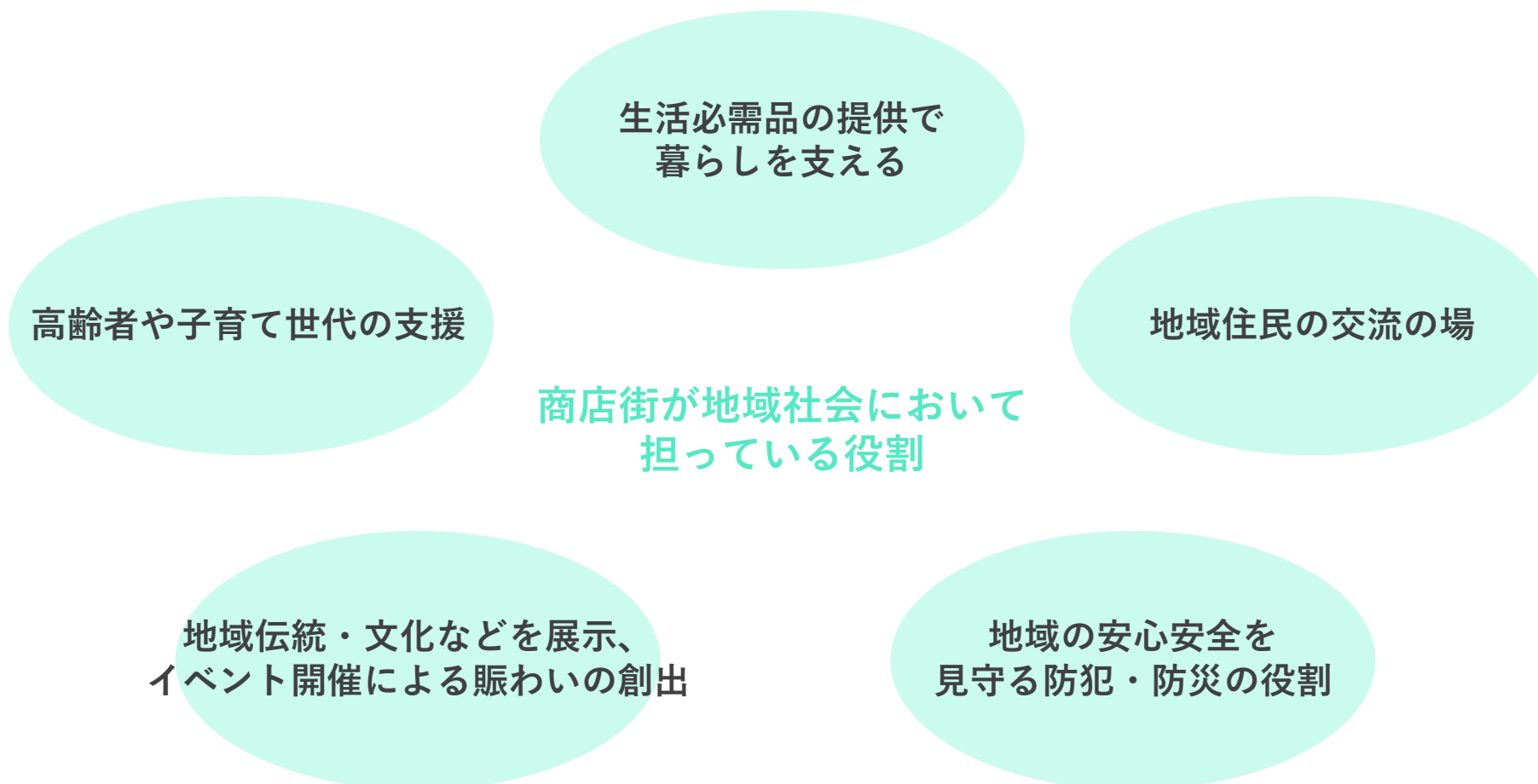
居住する街や地域の居場所に対し、居場所がもっと増えてほしい、
居場所が増えると街が魅力的になる、人々が生きやすくなると考える人が6割以上。

●居住する街や地域にある居場所に求める役割や期待



商店街の役割

地域の居場所の一つとして、商店街がある。商店街は生活必需品の提供だけでなく、地域住民の交流の場や賑わいの創出の役割を担っている。



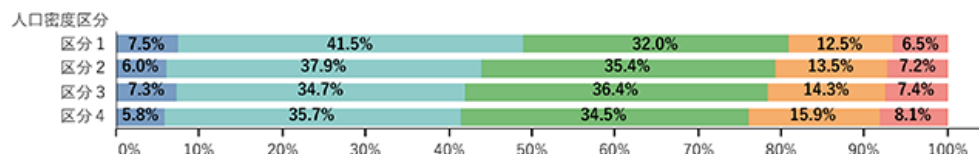
商店街と心の豊かさ

街の小規模な店舗や施設を利用することで、地域とのつながりを感じる人は4割以上。

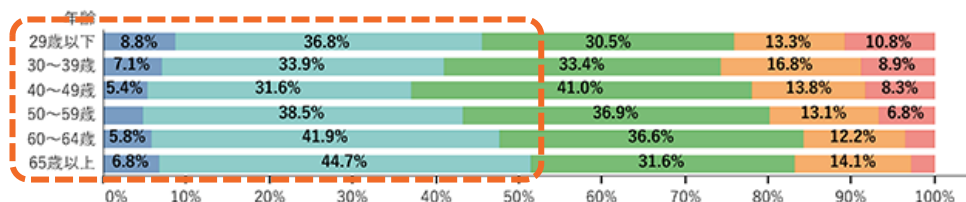
またそうした店舗を利用する人は、心の豊かさを重視している。

●小規模事業者の店舗・施設を利用することで地域とのつながりを感じる度合い

①人口密度区分別に見たもの



②年齢別に見たもの

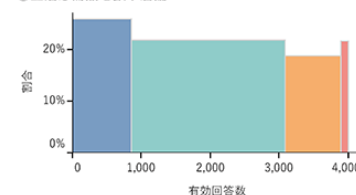


(注)1.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分(人口密度が小さいものから、区分1～区分4)に分けたもの。
 2.各人口密度区分の回答数(n)は以下のとおり。
 区分1:n=856、区分2:n=995、区分3:n=1,020、区分4:n=1,129。
 3.各年齢の回答数(n)は以下のとおり。
 29歳以下:n=800、30～39歳:n=800、40～49歳:n=800、50～59歳:n=634、60～64歳:n=172、65歳以上:n=794。

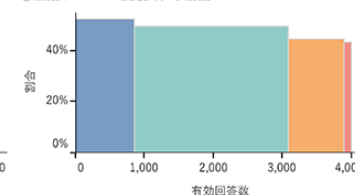
出典「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」,みずほ情報総研(株)

●住民の嗜好別にみた、小規模事業者を利用している割合

①生活必需品を扱う店舗

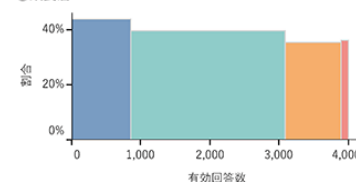


②生活サービスを提供する店舗

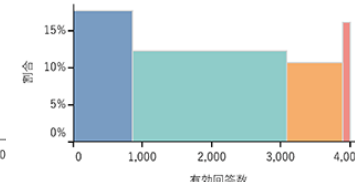


小規模な店舗や施設を利用する人のほとんどが心の豊かさを重視

④飲食店



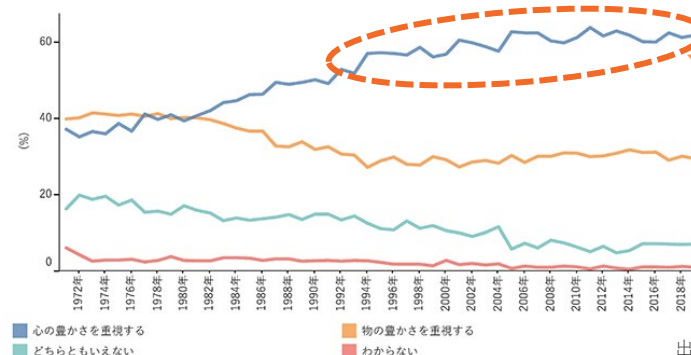
⑤娯楽施設



心の豊かさ(A)と物の豊かさ(B)のうち、どちらを重視するか
 ■ Aを重視する
 ■ どちらかというA
 ■ どちらかというB
 ■ Bを重視する

出典「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」,みずほ情報総研(株)

●心の豊かさと物の豊かさ、それぞれを重視する者の割合の推移



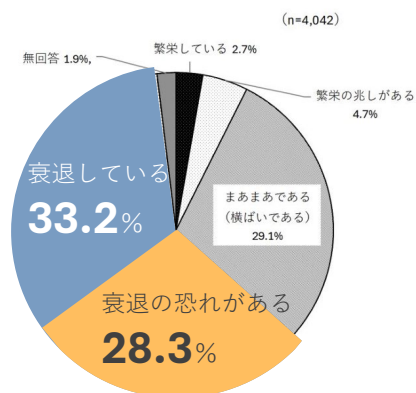
時代が進むにつれ、物の豊かさよりも心の豊かさを重視する人が増加

出典「国民生活に関する世論調査」,内閣府

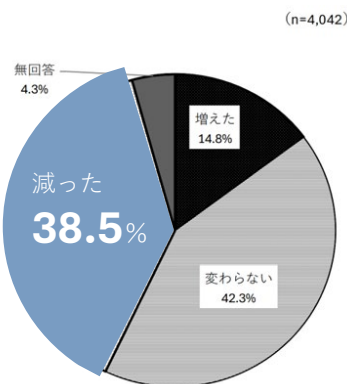
商店街の課題

一方で、近年では商店街の衰退が課題となっている。来訪者数の減少、空き店舗の増加が顕著であるのにも関わらず、対策を行っていない商店街は6割近い。

●商店街の最近の景況(2025)

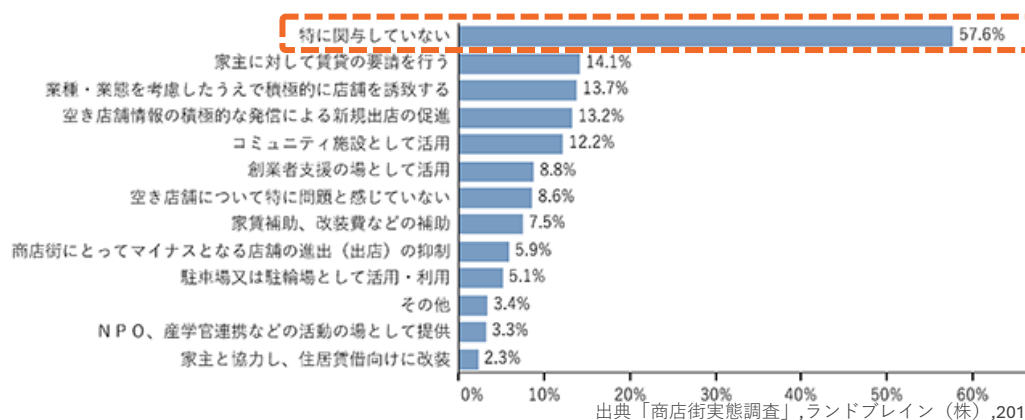


●最近1年間の来訪者数の変化(2025)



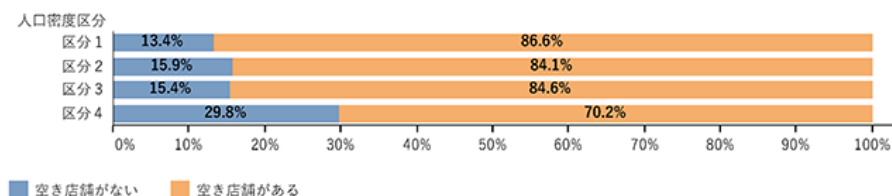
出典「商店街実態調査報告書」,全国商店街振興組合連合会,2025

●空き店舗対策として行っている、または行ってみたい取組

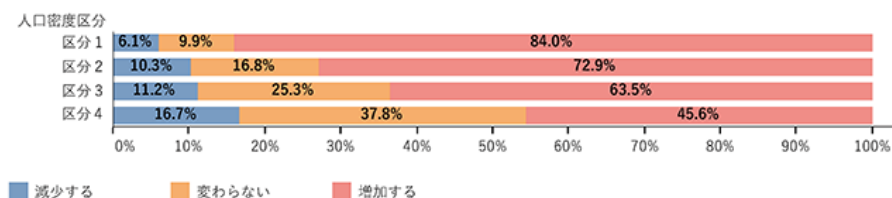


●人口密度区分別に見た、空き店舗の状況

①空き店舗の有無



②今後の空き店舗数の見込み



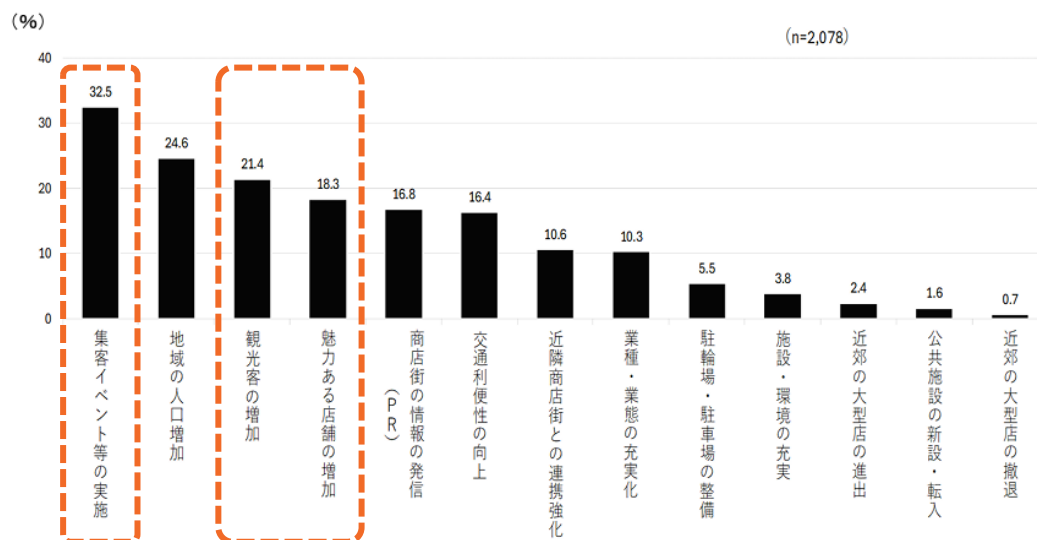
(注)1.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分(人口密度が小さいものから、区分1～区分4)に分けたもの。
 2.①について、各人口密度区分の回答数(n)は以下のとおり。
 区分1:n=157、区分2:n=441、区分3:n=641、区分4:n=2,258。
 3.②について、各人口密度区分の回答数(n)は以下のとおり。
 区分1:n=131、区分2:n=358、区分3:n=529、区分4:n=1,536。
 4.既に解放したものと、連合会組織は除いている。

出典「商店街実態調査」,ランドブレイン(株),2018

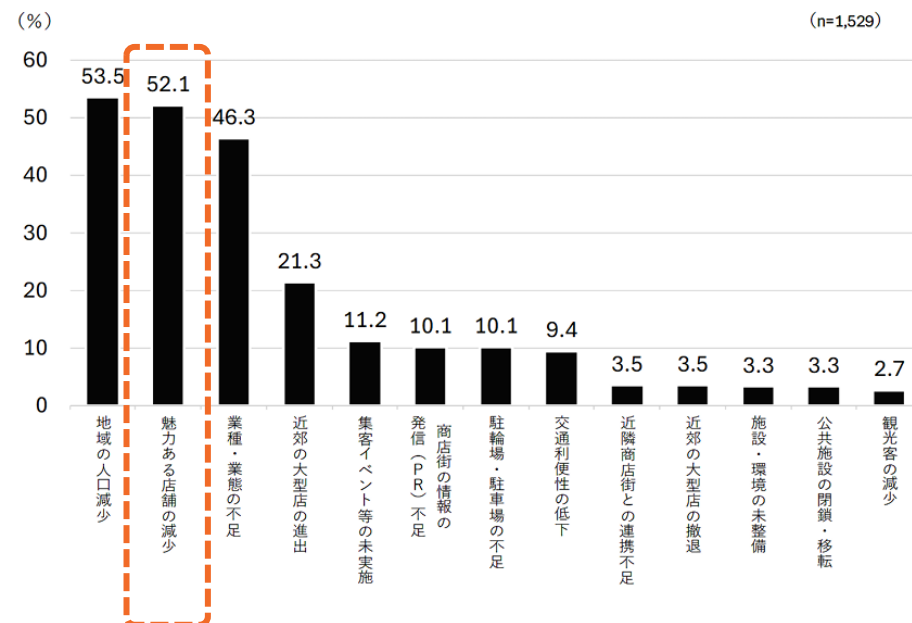
商店街の課題と居場所づくり

来訪者数の増加の要因として、イベントの実施や魅力ある店舗の増加があげられている。
商店街の活性化には人が来る理由を創り、集まりたくなる場所を創ることが必要といえる。

●商店街を訪れる人が「増えた」または「変わらない」要因
(複数回答3つまで)



●商店街を訪れる人が「減った」要因
(複数回答3つまで)



出典「商店街実態調査報告書」,全国商店街振興組合連合会,2025

“魅力ある店舗”とは何でしょうか？
どうすれば人が集まる場所を創れるのでしょうか？

街の居場所づくりから、商店街活性化を実現した事例

商店街を活性化させる取り組みでは、地域の交流や来訪者との交流、好きなコトを発信する場所を創出し、街の居場所を形作っている。

●あさぶ商店街（北海道札幌市）

「麻生キッチンリあん」の取組

地域大学とNPO法人と連携し、空き店舗を食育や料理教室の開催を可能とする交流の場としての機能を集約。
平成28年には子どもへの支援の強化のためこども食堂を開始。

出典「はばたく商店街30選 あさぶ商店街」, 中小企業庁

●釜石大観音仲見世通り（岩手県釜石市）

シェアオフィス「co-ba kamaishi marudai」の取組

2017年の時点で経営している店舗がゼロになった仲見世通りに、シェアオフィスとイベントが開催できる交流の場をオープン。
働く人や挑戦する人が集う場所として、人の交流を生み出している。

出典「コーバ釜石が5周年 大観音仲見世通り シェアオフィスで「よりヘビーな関係づくりを」」, 釜石新聞NewS, 2023

●越谷駅東口商店街（埼玉県越谷市）

コミュニティカフェ「CAFÉ 803 & IC803」の取組

平成28年にオープンしたコミュニティカフェ。
商店街の空き店舗をコミュニティ&ベーカリーカフェとして整備し、レンタルキッチン・レンタルスペース・ギャラリーの機能を加え地域住民の居場所とし、街の活性化の拠点となった。

出典「店舗開業前に顧客ができたコミュニティカフェ」, 中心市街地活性化協議会支援センター

交流の場のほかにも、1人で
過ごせる場も“居場所”といえます。
ほかにどんな空間が考えられるでしょうか？

参考文献

- ・「居場所に関する意識調査」,電通総研,2024
- ・「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」,みずほ情報総研（株）
- ・「国民席活に関する世論調査」,内閣府
- ・「地域コミュニティを支える商店街」,全国商店街振興組合連合会
- ・「商店街実態調査報告書」,全国商店街振興連合会,2025
- ・「商店街実態調査」,ランドブレイン（株）,2018
- ・「はばたく商店街30選 あさぶ商店街」,中小企業庁
- ・「コーバ釜石が5周年 大観音仲見世通り シェアオフィスで「よりヘビーな関係づくりを」」
釜石新聞NewS,2023
- ・「店舗開業前に顧客ができたコミュニティカフェ」,中心市街地活性化協議会支援センター