

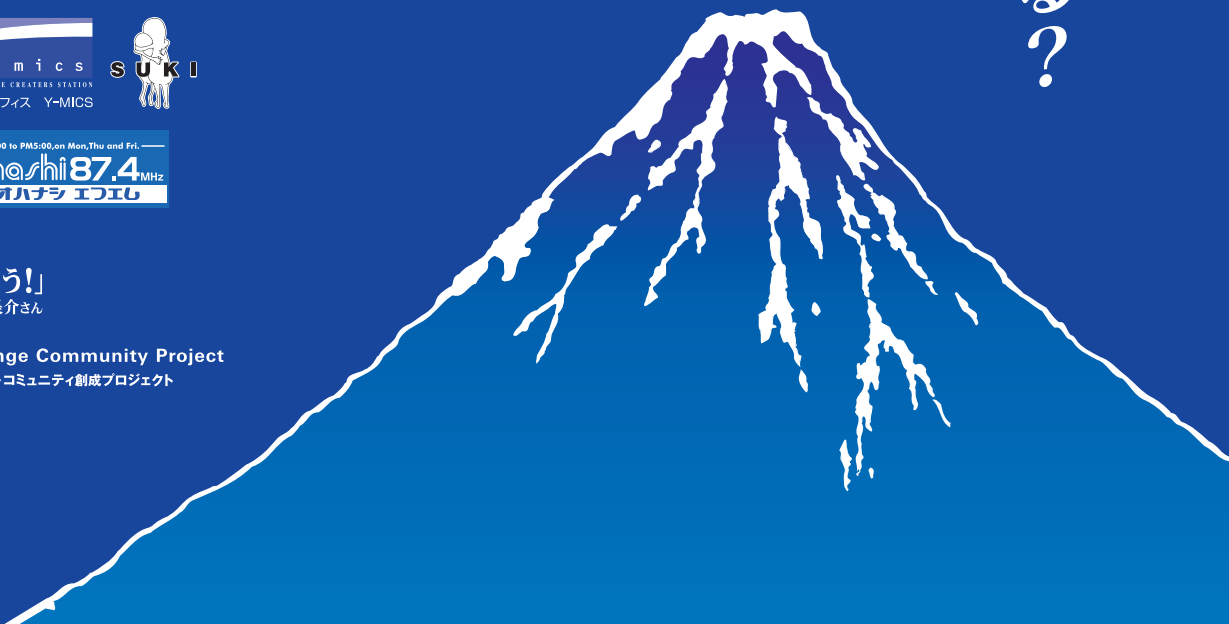


NPO 東海道・吉原宿
<http://www.yoshiwara.net/>

商店街を変えられる人はどこにいる？
 「商い」は私たちの財産——吉商本舗



Yoshiwara commercial high school Challenge shop



P R E S S C L I P

花を咲かせたい 商店街の街おこし

NPO 東海道・吉原宿
副代表 加藤 富也



家業を継ぐためサラリーマンを辞め、10年前に富士市吉原の実家に戻った加藤は、慣れ親しんだ地元商店街が変わっていくのに気がついた。かつては歩道からあふれそうな人が訪れ、通りには笑顔が満ちていた。しかし、休日でも人影はまばらで、かわって昼間もシャッターを閉めきった空き店舗が目につくようになった。「シャッター通り」。誰もとなしにそんな名で呼ぶようになった。

富士市の吉原商店街はかつて東海道吉原宿として栄え、120店を超す商店が軒を並べた。加藤も食料品を扱う「松加屋」の6代目だ。

人が減り始めたきっかけは、大手スーパー「ヤオハン」が商店街の一角にあった吉原店を閉店したことだった。客足は潮が引くように減り、店をたたむ人が増えた。

「生まれ育った街が変わってしまうのは耐えられない」。同じ思いを持つ商店街の若手が定期的に話し合いやイベントを開くようになったのは7年ほど前からだ。

昨年暮れにも、商店街の若手が集まって自由に意見を言い合った。「シャッターの前に市場を出したら」「ヤオハンのシャッターでもちを焼いたらどうか」「シャッターに絵を描くってのはどう?」。意見を書き出したホワイトボードは真っ黒になった。議論の末、翌月から閉店した店の前で月に2回、生活雑貨や食品を売る「市場」を始めることにした。

その朝市が軌道に乗って間もなく、今度は殺風景なシャッターに絵を描く企画が動き始めた。

「どうせ描くなら素人より芸術家の方がいい」「若手を募って腕を競わせたらどうだろう」。そんなアイデアから生まれた「シャッターアート」企画だったが、大量

のペンキで描くとすると、資金も必要になる。

「できるだけことはやってみよう」。

5月に加藤たちは、商店街の活性化を図るNPO「東海道・吉原宿」を発足させた。このNPOによって、資金は県の補助金を充てるめどがついた。描き手は知人やインターネットを使った募集で少しずつ集まり始めたが、何より必要だったのは店の協力だった。

「無償でシャッターをきれいにしませんか」と、募集のチラシを配って参加を呼びかけた。「キャンパス」を提供してくれる店は20店舗にまでなったが、肝心の空き店舗からの提供がまだ少ない。しかし、8月に市内のデザイナーに1枚のシャッターアートを描いてもらうと、その美しさが話題となり、商店街の雰囲気は変わってきた。

「これならいける」。そう確信したNPOのメンバーたちは近く、資料を持って空き店舗の持ち主に再度参加を呼びかけるつもりだ。「ストリートアートスタジアム」と名づけたイベントは10月から本格的な作業が始まる。

かつて庶民の生活を支えた商店街は、車社会の到来や長らく不景気で活気を失いつつある。県内の個人商店は、76年の4万2,146店をピークに、02年には2万3,945店(県商業まちづくり室調べ)にまで減った。

だが、そんな状況でも商店街に元気を取り戻そうというユニークな動きが各地に出ている。知恵を絞り、生まれ育った街にもう一度「花」を咲かせようと奔走する人たちの姿を追った。

【毎日新聞/2003年9月9日/一部加筆】

■ 法人概要

名称 特定非営利活動法人 東海道・吉原宿

所在地 〒417-0051 静岡県富士市吉原2丁目11-8
TEL / FAX : 0545-51-8233
E-mail : npo@yoshiwara.net

認証 平成15年8月28日

会員数 58名(平成18年4月現在)

役員等

代表 佐野 荘一
副代表 中川 博之
副代表 加藤 富也
事務局長 三浦 大輔
理事 杉山 克秀
理事 古賀 麻里子
理事 木村 光亮
監査 渡邊 宏
顧問 徳山 明(富士常葉大学元学長)
顧問 渡邊 信芳(吉原商店街振興組合理事長)
顧問 若園 耕平(富士市立吉原商高教諭)

定款に記載された特定非営利活動の種類

- (1) まちづくりの推進を図る活動
- (2) 学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
- (3) 経済活動の活性化を図る活動
- (4) 前号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助の活動

事業規模

- ・2004年度実績 約1,200万円(補助金依存率13.7%)
- ・2003年度実績 約770万円(補助金依存率15.5%)

受賞歴等

- ・ブログ高校2005ライブドアアブリッシング賞
- ・平成17年度第3回日本都市計画家協会特別賞
- ・厚生労働省平成17年度若者の人間力を高めるための国民運動・地域イベント実施団体
- ・経済産業省平成17年度チャレンジコミュニティ創成プロジェクト特別研究員
- ・文部科学省平成17・18年度みんなの専門高校プロジェクト推進校(吉原商業高校)
- ・平成16年度静岡県コミュニティ活動優良賞

商店街を 変えられる人は どこにいる？

どこにでもある商店街の物語

静岡県富士市吉原商店街は、昔の東海道の宿場街の歴史をそのまま受け継いでいる商店街です。東海道沿いであるため、商店街は幹線道路に接し、商店の前には車が多く行き交い、空き店舗も全国と同様数多く見られるシャッター商店街です。しかし、そんな商店街に全国的に注目を浴びるいくつかの事業があります。どこにでもある商店街のちょっと違う事業の物語。これからまちづくりNPOが繰り広げる事業の数々をご紹介します。

「イベント」の存在意義が問われましたが、フリーマーケットなど、店主以外の地域住民の方々が出店者として参加する。サービスを提供する側として参加する。そんな光景がイベント開催によって生まれてきました。商店街が変わるきっかけは店主ではなく、外の人たちが商店街を変えていくのでは？そんなきっかけがNPOを誕生させる第一歩でした。

商店街×若者

この街で若者が活動してもらうために障害になるもの、それは「振興組合」でした。商店街の事業は振興組合の会合で決めていきますが、組合は規則で加入できるのは、路線沿いのしかも1階にある商店のみ。外部の人たちが事業に参加することはできても、事業の中核を担うことは大変難しいのが組織の現状でした。そこで外部の人たちが入ってこられる敷居の低い窓口、なおかつ自立した財源を確保できる組織を作ろう

商店街は誰にでも変えられる

商店街では、店主の方々が様々なイベントを繰り広げてきました。朝市ならぬ夕方から夜に開催する「ナイトバザール」、空き店舗のシャッターを逆手にとって、空き店舗前にワゴンを出店する「シャッター前市場」など様々な取り組みを行っていましたが、イベントの集客は図れど、個店の売り上げが上がることはありません。「イ

東海道吉原宿 ストリートアート・スタジアム

シャッターアートやTシャツグランプリなど、全国の若手アーティストに作品発表の場を提供し、参加者・来場者が街を訪れるようなイベントにするとともに、評価を学術経験者のような審査員ではなく、街を訪れたお客様に評価をしてもらうことにより、参加者が真のクリエイターとして創業を考える第一歩となるようなしかけなど、アート&ビジネスバトルとして毎年おこなっている。

ストリートアート

空き店舗はもちろん既存店のシャッターも、キャンパスに見立ててアーティストに作品制作の場を提供。

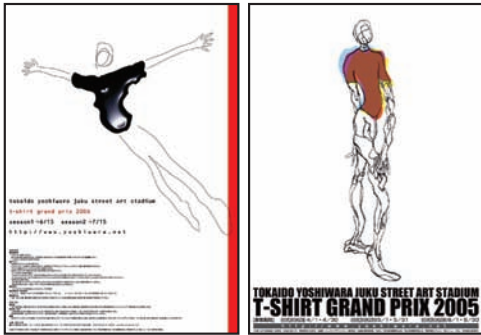
事務局が用意するものは、ペンキとハケとシートだけ。交通費や宿泊費はすべて参加者負担。にもかかわらず、関東、関西、北陸と全国各地からはるばる来静。参加者とシャッターオーナー、街の人たちとのふれあいから、様々な物語が生まれ、全国に「吉原ファン」を生み出している事業でもある。

ストリートTシャツ

一番売れたらチャンピオン！最もシブいアート&ビジネスバトル。

20センチ四方の枠中に、熱い想いを図案化し郵送・メールで応募。

販売担当「チャレンジショップ・吉商本舗」の高校生連が選択し、完全内製で商品化。製造されたTシャツは吉商本舗店頭とネットショップを通じて全国へ販売。平成17年は360点以上の応募を数える全国的にも珍しいTシャツコンテストです。



▲Tシャツグランプリポスター 2006年(左)、2005年(右)。2005年版は静岡グラバ賞に入選。

ということで、平成 15 年に NPO 東海道・吉原宿が誕生しました。平成 18 年 3 月現在会員数 50 名、そのうち商店街関係者は 4 人という、外部の人たちによるまちづくり団体が存在しています。

合言葉は「やりたいやつがやる」

私達 NPO が事業を行うときにこだわること。それは「やりたいやつが指揮をとる」です。社会的事業は、どうしても発案した人が責任者で、事業を遂行するために、非常に大変な思いをするというイメージがありますが、私達は「事業に対する想いは発案者にしかわからない。だけど、想いを共有する人が増えれば個人個人の負担は少なく事業が遂行できる」と思っています。メンバーは 20～30 代の社会人が多く、日々仕事をしながら NPO 活動に参加をしてくれています。ですからコミュニケーションが希薄にならないよう、メーリングリストなどを多様し、様々な意見交換をしながら多くの事業を手がけています。また、意見交換をしながらメンバーのそれぞれの得意分野や専門分野を活かして事業に反映していくので、大変楽しく事業が進められ、時には予想外の良い成果につながる時もあります。

若者×芸術

この NPO が最初に手がけた事業が「ストリートアートスタジアム」でした。内容は空き店舗のシャッターに絵を描く「シャッターアート」と Tシャツのデザインを描いてもらう「Tシャツグランプリ」でした。

「シャッターアート」は「商店街のシャッターがキャンバス。そして商店街が芸術の戦場だ!」をテーマに、空き店舗のシャ

P R E S S C L I P

アートを通して まちづくり

NPO 東海道・吉原宿
アートディレクター 鈴木 雄一郎



大手衣料用品メーカー、ファーストリテイリング主催の Tシャツデザイン的一般公募コンペ「ユニクロ・クリエイティブアワード 2005」で、『ベンチ』が 17,704 点の中から見事トップセクション 60 点に選ばれ商品化、全国のユニクロの店頭に並んだ。この喜びを「自分のデザインが Tシャツになって、海外でも売り出されたことがうれしい」と語る。

きっかけは、インターネットの公募サイト。6 点を応募したところ、「一番通らないと思っていたが、一番自分が『好き』と思える作品」が選ばれた。富士市に育ったからこそ自分の中から自然にわいて出た作品だという。

「東京から戻ると、その違いぶりから富士市を否定しがち。自分もそうだったが、今は工場の周りに田園が広がるような、さまざまな風景が混在しているこの街並みに魅力を感じる」と話し、「今後も、現在の富士市のビジュアルを肯定的にとらえ、大都市にはできない、富士市だからこそできる作品を作っていきたい」と愛郷心を表す。

一方、アートをうまく活用したまちづくりにも参加している。

二年ほど前、吉原商店街で毎月一回行われていた市場「こちよし!」に行った際、アーティストの作品を販売する『アートフリマ』の開催を NPO 東海道・吉原宿の佐野荘一代表に提案。翌月から毎月、数人の仲間とともに自分たちの作品を店先に並べた。

その後、吉原商店街での『シャッターアート』のデモンストレーション依頼があり、現在の国際交流ラウンジ・F I L S の

シャッターに「ギャザー」を発表。正式に NPO 東海道・吉原宿に入り、現在アートディレクターとして活躍している。

昨年、市民が参加しやすいアートイベントとしてチャレンジショップ吉商本舗との協賛で「ストリートスタジアム・Tシャツグランプリ」を開催。全国からの 80 点の応募に手こたえを感じた。

ことは、審査・販売を三期に分けてレース方式で行う。現在は、6 月 1 日から販売するシーズン 1 の Tシャツを製作中。「全国的に Tシャツのコンテストはたくさんあるが、商品化するところはなかなかない。6 月 1 日から受け付けるシーズン 3 が最後のチャンス。この機会に自由に応募してほしい」と呼び掛けている。

今後の展望として、店先に飾る商品ディスプレイの全国公募『ディスプレイアートデザインコンテスト』に意欲を示す。「これも商店街でしかできないもの。クリエイターやアーティストが楽しめる場を作ること、結果的に商店街の活性化につながれば」とさまざまな企画に挑戦心を燃やす。

ずずき ゆういちろう 富士市間門生まれ。「物心つく前から絵を描くことが好きだった」ことから、幼いころはロボットの絵をよく描いていたが、「模写が嫌いだった」ため、描くものは「常に自分が創造したものだった」という。学校の美術部には所属せず、趣味で描き続け、富士東高校卒業後、東京コミュニケーションアート専門学校・自動車デザイン科に入学。卒業後は家業を継ぐため帰郷するが、夢実現に向け発起し市内のデザイン会社に入社（※ 2006 年独立）。NPO 東海道・吉原宿の『アートディレクター』として活躍中。

【富士ニュース / 2005 年 5 月 27 日】

商店街を 変えられる人は どこにいる？

どこにでもある商店街の物語

ターにテーマを定めず絵を描いてもらいます。しかも、何年か立つと塗り替えられてしまう可能性があることを前提としてです。現在、事業開始から3年目で、20作品のシャッターがあります。空き店舗だった店に新しい店の入居が決まり、昼間は見るができなくなってしまう所があったり、既存で営業している店も「描いてくれるなら3日は店を閉めよう」と事業に協力してくれる店が現れました。また描き手も地元の学校や団体をお願いすることは一切せず、全国に向けた「ペンキと道具以外の出費は自分で負担してくれる人」という条件にも拘わらず、日本全国から応募があり、中にはシャッターのオーナーさんの家に泊まって描いた人や、空き店舗に寝袋で寝泊まりして描いた人、また地元でやっている事業だということで、絵を描くために帰省してきた人など様々な人が参加をしてくれました。この事業は絵を描きに現地にきてもらうので、全国に向けて「吉原ファン」を作り出すいいきっかけとなりました。

「Tシャツグランプリ」は20センチ四方の枠の中に自由に絵を描いて応募してもらい、優秀作品は実際に製品化をして、商

店街内の店とインターネットショップで実際に販売をするという事業で、審査方法も「一番売れた人がチャンピオン」という、学識経験者などを交えない、市場が審査員というストレートで、シビアなコンテストです。事業開始から2年目を迎えますが、去年は全国から360作品の応募がありました。下は小学生から上は70歳くらいの方まで幅広い層から応募があります。

これだけ応募があるということは、私達の活動をどこかで知って、絵を描いてくれたということです。主催者としては大変うれしいことです。地域的にも全国、北海道から九州まで多くの応募がありました。また中には、大学に進学している子供の作品を実家の両親が購入し、そのやり取りの過程で様々な交流が生まれてくるということもありました。単なるTシャツですが、様々な物語が生まれている事業でもあります。

高校生×実習

商店街の一角に富士市立吉原商業高校の高校生が運営するチャレンジショップ「吉商本舗」があります。このお店は「商業ビジネス部」という部活動の一環で毎日夕方

階上階よ、よみがえれ！
若手クリエイター主導による
まちなか活性化プロジェクト

吉原まちなかチャレンジオフィス Y-MICS



商業の活性化、商店力の向上のために、どのような仕掛けが効果的か？それは、既存商店活性化のためのプランニング、不足業種新規出店のコーディネート、新規起業家へのバックアップ等を行うことができる人材・施設が必要だと考えました。そこで、デザインやプランニング等の商業やまちづくりを支える業種をまちなかに集積させ、商店力の向上を支援するとともに、若手クリエイターの創業を支援し、街に新たな風を吹き込み活性化を担うものです。



▲ スモールオフィスが連なることによって、入居者間のコラボレーションによる相互干渉型インキュベーションを推進。

吉原まちなかコミュニティスペース SUKI



若者たちにまちなかでの発表の場を提供。セミナー、演劇、映画上映、ライブ、展示会等々、まちなかだからこその時間制限なし、飲食飲食も可能なコミュニティスペースです。さらに、新展開の「チャレンジカフェ」を併設。これは、当NPOが持つチャレンジショップコーディネートとノウハウを活かし、「飲食業」に特化した「チャレンジカフェ」という新業態のチャレンジショップを開業・運営する大学生や社会人に向けたプログラムです。



▲ SUKIで開催された富士地区の若者たちによる「劇団・世界地図」の旗揚げ公演。観客との距離感が魅力だ。



いかりや長介氏市民感謝状受賞記念通り

故・いかりや長介氏は青年時代を富士市で育ち、この吉原も自伝「だめだこりゃ」に記されているほどゆかりがある土地です。没後、平成16年6月に富士市から市民感謝状と銀杯を授与されました。

また、いかりや長介氏は亡くなったあともその人気は絶えることなく、追悼記

帳や市民感謝状授与記念・追悼展示会においても、主催者側の広報は市内の記者クラブへの報道提供程度のPRにも関わらず、口コミでインターネット上の「ザ・ドリフターズ」ファン関連サイト、「踊る大捜査線」ファン関連サイトに紹介され、全国から多数の方がこの吉原に訪れました。

NPO東海道吉原宿では、2005年3月20日の1周年をに、いかりや長介氏に生前の感動に感謝するとともに、富士市中心市街地活性化基本計画、富士市観光交流まちづくり計画にあげられているプロジェクトを市民主体で動かしていくきっかけとして、吉原商店街の一角を「長さん小路」と命名し、プレートを設置しました。

名称板説明文 題字：碓矢浩一氏(いかりや長介氏長男)

いかりや長介(本名・碓矢長一)さんは1931年、東京都墨田区に生まれ、1944年小学校卒業と同時に富士市に疎開。その後、工場の仲間とバンド活動を始め、吉原のダンスホールなどで演奏。青春時代の16年間を富士市で過ごした。

1959年、28歳で上京し、ミュージシャンからザ・ドリフターズのリーダーとして活躍。テレビ「8時だヨ!全員集合」は最高50.5%の視聴率を記録するなど、国民的人気を集めた。

晩年は存在感のある俳優として活躍し、1999年には映画「踊る大捜査線 THE MOVIE」で日本アカデミー賞助演男優賞を受賞。

2004年3月20日死去。享年72歳。

2004年6月富士市より多くの市民に感動を与えたとして、富士市初の市民感謝状と銀杯がこの場所で贈られた。

2005年3月27日



から営業をしています。販売品目は駄菓子と授産所施設で作られている雑貨類です。ただ高校生が商店街にお店を出しているだけではなく、NPOが開店までの営業計画の作り方から、運営の段取りの仕方、実際の接客方法まで様々な面でサポートとしています。

しかし、実習の場とはいえ、高校生が自分達の店として、自ら考えて行動する事を身につけてもらうために、直接高校生に指示することは一切しません。様々な情報を提供したり、「こういう場面はどうしたらいいだろう?」と問題提起をする程度で、すべて高校生たちが営業会議の中でルールを決めて実践をしています。

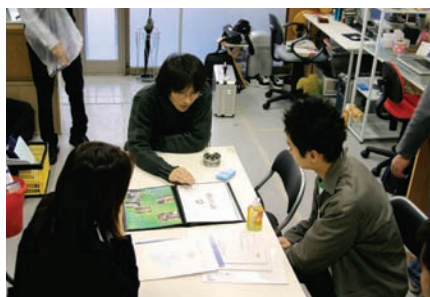
また、現在では商店街の店舗にとどまることなく、各地で行われる催事へ出店し、事業の告知をしたり、市内の学童保育所や福祉施設への定期的巡回でお菓子を提供しながら様々な人達とふれあったりと、自分達ができることを一つ一つ考え実践し、様々な事業を着々と増やしています。このような事業を考え実践することによって、高校生は学校では体験できないようなことをこの商店街で学んでいます。

起業家×街

商店街の活性化の一つに「昼間の定住人口の増加」があげられると思います。また商店街の多くは「耐火ビル」といわれる集合ビルが多く、ただでさえ1階の空き店舗が多いのに、2～3階の階上階の空室率は大変高いものです。そこで、その商店街の階上階をコンバージョン(用途変換)す

ることに、事務所を誘致して昼間人口を増やそうという試みの一つに「チャレンジオフィスY-MICS(ワイミックス)」があります。古い美容院だった1室の内装をすべてはがし、コンクリートを剥き出しにした、ちょっとおしゃれな事務所です。その部屋に2畳程度の机が一つおけるスペースを、SOHO事業者などに貸し出そうというものです。現在6ブースありますが、常に満室状態です。

また、このSOHOには一つの入居条件があります。それは「入居時にNPOの会員になり、NPO活動やまちづくり活動に参加すること」。これは、様々な活動に参加することにより、入居者が商店街や様々な企業の方々と知り合い、ゆくゆくはお互いのビジネスにつなげてもらおうという仕組みで、実際に何件か仕事に結びついた案件もあり、いい結果を出しています。また身近にポスターやチラシ・Webを作る実働隊がいるということは、NPOの活動そ



▲U-16のハローワーク

吉原まちなかチャレンジオフィス「Y-MICS」に入居するデザイナー達が、「デザイン」「ものづくり」に興味がある中学生や高校生達に「自分達の仕事について」「自分達がこの仕事に就こうと思った理由」「この仕事につくまでの道のり」などについて伝授する職業観教育プロジェクト。

のものが加速させることができ、事業に与える効果は絶大なものがあります。

イベントから人材育成へ

中心市街地の活性化というと、まずは箱物とか、まずはソフト事業をという観点に走り勝ちです。しかし、私達が3年間活動してきて感じたこと。それは「企画」ではなく「人材」を発掘すること、そして育てていくことが必要であるということです。

いままで商店街で様々なイベントを行ってきましたが、外部から参加してくれる人たちが考える企画が現在2年も3年も続いています。しかも内容も年々パワーアップして魅力的になるもの、外部から視察にくるようなもの、また雑誌などに紹介されるものなど、今までにない企画が続出しています。また、これらの企画をみて「ぜひこんなことをやってみたい」と企画を持ち込む若者も増えてきました。少しずつですが、想いをカタチにしていく人材を育成し、増やしていくことで街は活気づいていくのだと思います。

そして私達も、イベントや事業を推進していくのではなく、イベントや事業を企画立案して実施していく人材を育て、応援していくことで、街が活気づいていくような仕組みを作っていかなければならないと思います。そしてゆくゆくは「まちづくり会社」として、人材育成と事業実施で自立化していけるように成長していきたいと思っています。

【月刊地方自治職員研修/2006年6月号寄稿】
NPO東海道・吉原宿 事務局長 三浦 大輔

「商い」は私たちの財産

富士市立吉原商業高校
チャレンジショップ・吉商本舗

「教育 Education」の語源はラテン語の「Educo」（引き出す）だと言われる。試験で高得点を取り、「いい学校」「いい会社」に入力を引き出すのも、大切なことの一つだ。だが、教育の目的はそれだけだろうか。「点数」だけでは表せない、「生きるための力」を引き出そうと創意工夫を重ね、ユニークな教育に取り組む学校がある。

商業をやりたいと商業高校に入学したわけではない。中学生のとき、成績で分けられて進んだ。でも、なんで簿記をやっているのか分からない。

そんな生徒たちと接していた富士市立吉原商業高校の若園耕平教諭には、ある信念があった。それは、「生徒たちの発想や努力によって、面白くなる店をやりたい」という、商業高校ならではの取り組みだ。

2004年7月、同校の商業ビジネス部に4人の女子部員（現在3年生）が集まり、市内の吉原商店街の空き店舗にチャレンジショップ「吉商本舗」を開店。まちづくりを行う「NPO 東海道・吉原宿（佐町荘一代表）」も協力してくれた。

佐野さんは、生徒たちに客の目線で商品



の陳列の仕方などをアドバイスする。「吉商本舗は学校の勉強を発表する場ではありません。何を仕入れ、どんなふうに売ると客は買ってくれるかという目線をもつことが大事です」

訪ねた日、生徒たちは市内の湖山病院に出向き、初めての訪問販売をしていた。「予想より患者さんに受け入れなくて、むずかしかった」

そう話しながら、充実した表情を見せてくれたのは本木亜美さん（2年）だ。「患者さんから『年はいくつなの？』『どこから来ているの？』と話しかけてもらって、ようやくコミュニケーションがとれました」

若園教諭は、吉商本舗を通して、生徒た



▲ 病院での訪問販売では、お年寄りに好まれる菓子や食べやすい菓子など販売する商品や売り方について、病院側と話し合いを重ねてきた。



▼ 2005年8月、中国浙江省義烏市へ。世界最大と言われる巨大市場で実際に価格交渉をしながら、アクセサリやマグカップ等を買付けてきた。



▲ 部活動として店舗運営をしているケースは全国的にも珍しい。今や吉原商業高校の花形、商業ビジネス部を希望して入学する生徒も。



▲ 「本舗農園」で、農業にも進出。学校裏手の畑で野菜を栽培し、店頭やイベントで販売する。

ちがたくましくなっていく、と話す。
「高校生が日ごろ接する大人は、教師か両親くらい。しかし、吉商本舗では仕入れや交渉で、おじさん、おばさん、お客のおばあさんや幼い子どもたちと話します。同年代としか話をしていない生徒たちが、幅広い年代と交わる。地域の人たちが高校生を育て、教育に参加しているのです」

3年生の南知里さんは、人見知りか激しかった。「中学生のときは、自分から人に話しかけることがなかった。でも、吉商本舗で人と話すことの楽しさを知りました。今では会話が楽しいです」

望月純子さん（3年）は、「何もないところから店を作り上げていったので、何を売るか、人通りが少ない商店街に建つ店にどうしたらお客さんが来てくれるか、自分の意見を発言する力、相手を説得する力がつきました。将来は人と触れ合う仕事がしたい」と、夢を語ってくれた。

お手本はない。誰が教えてくれるということもない。すべてが生徒たちの手腕にかかっている。だからこそ得るものも大きい。

若園教諭は胸をはる。
「生徒は商業高校を卒業したからといって、みんな商売をやるわけではない。でも、吉商本舗で培った自由な発想、独創性、人とかかわり方は、どんな仕事でも役立つと思う。生徒たちを見ていると、吉商本舗で学んだことは財産だと、そう思います」

【週刊サンデー毎日 2005年12月18日号】



▲ 地域のイベントにも積極的に出店。店頭売りだけでなく、外商部門も売上げの大きな柱のひとつ。

P R E S S C L I P

柔軟な発想生かし、 実地に商業学ぶ

「吉商本舗」初代部長 杉本 絵美

市立吉原商業高生が営業する富士市吉原の駄菓子屋喫茶・雑貨店「吉商本舗」の店長を務める。

2002年に同高に赴任した若園耕平教諭が「学校で習った知識を生かして常設のチャレンジショップを運営しよう」と、入部希望者を募った「商業ビジネス部」の初代部長。「せっかく商業高校に入ったのだし、初代部長なら好きなことがやれそう」と考えて入部した。

開業前の事業コンペで、お年寄りから子供まで気軽な利用が見込める駄菓子・雑貨店案を提案。それが採用され、昨年7月にオープンした。

地元・吉原商店街の一角の空き店舗を利用した約50平方メートルの店内には駄菓子や様々な雑貨が並び、喫茶スペースも。商店街を訪れるお年寄りや子どものほか、夏にはアイスクリームや冷房目当ての会社員らも訪れる。とはいえ待つだけでは「お客さんは少ない目」。PRに力を入れ、地元のイベントとのタイアップにも取り組んでいる。

市内のイベントに出店し、幼稚園や保育園での運動会などがあれば、園児向け「お菓子詰め合わせセット」を売り込む。今後の重点営業項目は、昨年10月から始めた「置き菓子」サービスだ。「富山の菓売り」の手法に学び、会社などにお菓子ボックスを置いてもらい、利用分だけ料金を回収、お菓子を補充するシステムだ。現在4営業



所で利用があるという。

仕入れ、会計、声を出しての販売。何もかも初体験だが、特に気を使うのは営業だ。「詰め合わせのサンプルをもつての売り込みなど、やっぱり緊張する。でも、社会人にならないとできない経験が出来る」。加えて「こういう時こそ“高校生”も売りにして……と抜け目ない一面も」。

現在の部員は2、3年生計7人。1人あたり月約30時間、店に出る。「実は、あまり苦勞は感じない。楽しくて勉強になることばかり」。新入部員や新規事業の提案を募集中だという。

すぎもと えみ 市立吉原商業高校3年生。富士市吉原生まれ。市立吉原小、同吉原一中卒業の吉原っ子だ。
（*現在、日本大学国際関係学部在学中）

【読売新聞／2005年4月11日】

高校とNPOの協働でチャレンジショップを設立・運営

高校生・大学生のチャレンジショップは、全国各地で数多く繰り上げられていますが、短期的でイベントのように行われるもの、長期的でも学園祭の模擬店の延長的なもの、莫大な公的補助金などを投入したにも拘わらず結局実を結ばないものが多数見られます。

NPO東海道吉原宿では、吉原商店街にてチャレンジショップを開設するのであれ

ば、ぜひ長期的、恒久的なものとして開店をし、高校生や参加者に「商売の楽しさ・難しさ」を体感してもらおうと共に、将来の店主となりうる人材を発掘・育成を図りたい。高校生のチャレンジショップ設立にあたり、設立・運営支援という形で全面的にバックアップをしています。

創業 2004年7月24日
営業時間 平日(学校のある日) 午後4時から午後6時まで
土・日・祝・夏休み 午前10時から午後5時まで
運営主体 富士市立吉原商業高校・商業ビジネス部

P R E S S C L I P



第三者巻き込んだ 幅広い考え

NPO東海道・吉原宿
代表理事 佐野 荘一

吉原の街の活性化を図るため、昨年5月にNPOの設立に向けて活動を開始。8月にNPOの認証を取得。代表理事を務める。以前から「吉原宿場まつり」の企画運営、ナイトバザールの企画実行、情報誌『吉原宿かわら版』の編集発行など吉原の活性化につながる事業に携わってきた。ストスタ、ばそこん小塾、いかりや長介さん追悼展と次々にアイデアを具現化していく。夏に向かって新たな企画も展開中だ。

吉原宿は、度重なる水害に三度ももの所替えを経て現在の地に落ち着いた。さまざまな苦労を重ねた先人たちに畏敬（いけい）の念を持ち、先人たちが残した『まち』という財産を、継承するだけでなく発展させていきたいという熱い思いをさまざまな形の事業にしている。

NPO設立のきっかけとなったのは、吉原二丁目再開発ビル（ラクロス吉原）に設置される市民活動支援施設に関する市民懇話会。懇話会の有志が集まってNPOに向けて動き出した。設立趣意書には「商店街のメンバーが中心であったことから、活動内容が商店街に限定されていたことは否めません」との反省を記した上で「行政への提案・提言のみならず自らこれを実行するための機関として活動」することを謳っている。

「吉原中心地区まちづくりワークショップなどに参加した時に、第三者の中でも吉原のことを真剣に考えてくれる人がいることに気がついた。こうした人たちを巻き込んで活動していくことが真の活性化につながるのでは」と真剣に、楽しく考えている。

何かやりたいという人がいたら、そのための場所として商店街を提供する。ストスタ（ストリートアートスタジオ）のシャッターアートが好例だ。空き店舗のシャッターをアーティストに開放し、絵を描いてもらった。「シャッターのように大きなスペースに自分の作品を描く機会ってあまりないらしく、喜んで描いてくれました」

もう一つ大きな成果として挙げるのが、多くの空き店舗オーナーと接触できた点。「シャッターアートや街づくりに理解あるオーナーがいる。それが分かったことが大収穫でした。結果として3店舗に入居も決まりました」

シャッターアートの企画を続けながら、現在は「Tシャツグランプリ」も進行中。20センチ×20センチ以内でデザイン画を描いてもらい、実際にTシャツにして販売。一番売れた人をグランプリとして表彰する。販売は、商店街内の協力店のほか、吉原商業高校のチャレンジショップ「吉商本舗」でも。「吉商本舗」もNPOの事業の一つ。次世代の育成も視野に入れての活動だ。

「事業計画の作り方など、経営について知っていることは全部教えてあげよう。道をつけて支援はするけど、高校生が自分たちで決めた事には口を挟まない。失敗してみるのもいいんじゃない」

高校生が毎日開店するというのも全国的にも珍しい取り組み。チャレンジオフィス「Y-MICS」と合わせ、「プロジェクトY」の名称で稼働中だ。吉原祇園祭ではミニFM局も開設した。ラクロス吉原に来年開局するコミュニティーFM局を勝手に応援する企画だ。

新しいアイデアとそれを形にする実行力は、学生時代に経験した旅行会社の仕事で身につけた。「添乗員をやっていると、初めて行った所でも何でも知ってるような顔をしなきゃいけない。しかも、現地では何が起ころうとも対処しなけりゃならない。迷ってる暇なんかなかった」。チラシ作りやHPの立ち上げなどに役立つ知識も手に入れたという。

それぞれの事業はNPO東海道・吉原宿のメンバーが各担当となって運営している。「みんな、面白がって楽しんでくれます」とにっこり。

【岳南朝日新聞／2004年7月8日】

P R E S S C L I P

志持つ人たちを 支えることが魅力

NPO東海道・吉原宿
事務局長 三浦 大輔

NPO法人東海道・吉原宿設立に携わり、吉原商業高校のチャレンジショップ「吉商本舗」の運営に大きく関与してきた。今年6月にそれまで勤務していた会社を退社し、同法人の事務局長に。同時に経済産業省の外郭団体財団法人ベンチャーエンタープライズセンターが主催する「チャレンジ・コミュニティ創成プロジェクト」の特別研究員に採択された。志を持つ若者の支援に魅力を見いだしている。

「チャレンジ・コミュニティ（以下チャレコミ）創成プロジェクト」は、若者たちの力を地域の活性化に投入し若者の起業家精神をはぐくみ、新しい仕事を生み出すことによって地域全体が成長するような、人と地域の有機的な連鎖をもつ事業を作っていくというもの。「まさに吉商本舗で体現してきたこと」という。はじめは、貸店舗の照会だけだった。NPOを立ち上げたばかりだったこともあり、同法人としての事業として同本舗の支援を決めた。

「高校生に限らず、学生だけで運営するチャレンジショップは成功しないことを知っていた。でもせっかく吉原の街に新しいものができるんだから、成功させてやりたかった」と当時を振り返る。

成功しないのは、物やサービスの提供が一定のレベルに達していないから。そのため、まず初めにプロの仕事を見せた。「開店に向けての準備に必要な人、物、金。本物の商売でやっていくには、これだけ厳しさが伴うというのを高校生に分かってほしかった」

吉原商業の生徒たちは、瞬く間に吸収し、成長していった。数カ月で閉店するチャレンジショップも多い中、開店から一年で黒字決算を出すことができた。「これほどうまくいくとは思っていなかった。驚いています」。全国的にも珍しい成功例として各地から視察が訪れた。

この吉商本舗支援活動にTシャツグランプリ、シャッターアート、SOHO事業の



Y-MICSを加え、事業内容を財団法人ベンチャーエンタープライズセンターに申請。特別研究員に採択された。チャレコミの仕掛け人、チャレンジプロデューサーの一步手前。今後、NPOの活動がチャレコミ創成プロジェクトの一つに認定される可能性を目指している。（* 2006年度認定団体）

吉原の街に対する思い入れは深い。子供のころ自転車で遊びに通った街だ。「あそこの店を見て、あそこでこれ買ってというコースができてました。祭りとか、イベントなんかやってもなくても遊びに来てました。そんな子供があちにもこっちにもいましたよ、当時。今、商店街に遊びに来る小学生や中学生なんか見ないでしょう。寂しいですよ。吉原は商業の街。だから『商業で起業する』という志を持つ人たちの支援をしたい」ときっぱり。

学生時代の飲食店でのアルバイトで店長や店舗開発まで任された経験を持つ。商売の面白さを知り、自分自身も「商業で起業したいと思った時期もあった」が、大学で学んだ建築関係の知識を生かすため設計関係の仕事に就く。都市計画コンサルタントとして勤務していたときに商店街の問題点や失敗例、成功事例などを見られたことも役に立っている。

自分自身が起業するのではなく、起業しようとする人の支援に魅力を感じるようになったのは吉商本舗での経験が大きい。「形態が違ってもノウハウは生かせる。自分が一店を運営するより多くの店にノウハウを提供した方が面白いのでは」と下から支えることを決めた。

新しく起業する人ばかりでなく、既存の商店に対してもできることはやっていきたい。「現状に満足せず攻めたいと思っている人は多いはず。攻めたいけど攻められないという人に対して、手伝えることがあれば手伝いたい」と意欲的に抱負を語った。

【岳南朝日新聞／2005年12月1日】

P R E S S C L I P

店舗経営 商売の厳しさ実感

富士市立吉原商業高校
商業ビジネス部顧問 若園 耕平



富士市立吉原商業高校の部活動「ビジネス部」が7月、地元の吉原商店街の空き店舗でチャレンジショップをオープンした。地元商店主らのNPO法人「東海道・吉原宿」の全面支援を受け、業種は駄菓子喫茶で、商号は「吉商本舗」。商業高生による常設店の経営は県内初。顧問の若園耕平教諭に経営内容など聞いた。

店舗は同市吉原二丁目の吉原本町通り沿い商店街の一角で、床面積は約50平方メートル。部員の1、2年生9人(全員女子)が交代で4人ずつ店番をしている。営業は午前10時から午後5時、水曜定休。商品は駄菓子のほかTシャツや飾り皿、官製はがきや切手なども。

——空き店舗の改修や仕入れなどの出店費用の調達は

市のチャレンジショップ支援事業の助成金200万円、吉原商高後援会の寄付金80万円、それにNPOの口添えで地元信用金庫から地域振興事業の助成金もいただき、なんとか賄えました。

——開店までの経緯を

お年寄りや学生をターゲットとした駄菓子喫茶は今年3月にNPOと合同で実施したコンペで決めました。杉本絵美部長の提案です。テナント料の取り決めについてはNPOの佐野代表が家主と掛け合ってくれて破格の値段に。私たちの独自交渉では到底その金額には落ち着かなかったと思います。各祭り会場で2回のデモ出店や吉原祇園祭(6月)のプレオープンも。こうした前宣伝や信用金庫への口利きなど、NPOの支援は絶大なものがあります。

——開店して一カ月近くになりますが

話題性もあってか初日は100人以上の

来客があり、12万円ほど売り上げて、ほくほくでしたが、翌日からガタ落ちです。そもそも商店街に人通りが少なくて…。ここ数日はだいたい1万円前後。部員たちは商売の楽しさとともに厳しさも味わっていると思います。

——何か対策は

さっそく店舗会議を開き、さまざまなイベントや企画を打ち出し、積極的に外商を展開していくことにしました。たとえばお年寄りの誘客に、かりん糖など昔ながらの菓子を仕入れ、緑茶の無料サービス。小学生を呼び込もうと、部員が夏休みの宿題サポートや本の読み聞かせも企画しました。土曜日、日曜日はイベントデーとし、8月14、15日の初回は地元で採れた夏野菜を特売。幼稚園や保育園を回り、行事用の菓子の大量受注を狙った営業展開もしました。NPOが企画した一般募集デザインのTシャツも販売しています。

——効果のほどは

1枚1,000円のTシャツは70枚以上販売でき、売りに大きき貢献し、かりん糖も好評です。夏野菜はすべて売り切れ、2日分の売りに上がった。幼稚園の営業はこれから後押しが必要ですね。読み聞かせなどはまだ無反応。チラシの内容の見直しや宣伝方法も研究しないと。まだまだこれからです。ともかくやるからには、利益の上がる経営をしなくては。

わかその こうへい 1961年、富士宮市生まれ。2002年、吉原商に赴任。前任地の静岡商で文化祭にデパート経営を実施、商品を手にした生徒の感動、販売の躍動ぶりをみて、チャレンジショップ経営を思い立つ。

【中日新聞／2004年8月23日】

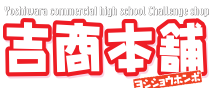
*この冊子の記事、および写真は、一部を除き、新聞・雑誌に掲載された当時のものを使用しています。



■ 法人事務所 (Y-MICS 内)
 〒 417-0051 静岡県富士市吉原 2 丁目 11 番 8 号
 TEL / FAX : 0545-51-8233
 E-mail : npo@yoshiwara.net

■ 吉商本舗
 〒 417-0051 静岡県富士市吉原 2 丁目 9 番 21 号
 TEL / FAX : 0545-53-2173
 E-mail : honpo@yoshiwara.net

■ 関連ホームページ
 東海道・吉原宿ホームページ……………<http://www.yoshiwara.net/>
 吉商本舗ネットショップ……………<http://www.y-mics.net/honpo-web/>
 吉原まちなかチャレンジオフィス Y-MICS……………<http://y-mics.net/>
 吉商本舗よぼぼ日記 (ブログ) ……………<http://y-mics.cocolog-nifty.com/honpo/>
 Y-MICS 業務日記 (ブログ) ……………<http://y-mics.cocolog-nifty.com/txt/>
 オハナシエフエム増刊号 874 (ブログ) ……………<http://y-mics.cocolog-nifty.com/874874/>



The next support project <http://www.fujisankentei.jp/>

富士山検定 