

経営学部荒井ゼミ ～商店街活性化プロジェクト～
 学生が“ママ”のための中延商店街フリーペーパー「mamanobu」を制作
 3月7日より中延商店街の飲食店や薬局などで配布

産業能率大学経営学部（東京都世田谷区）の3年生21人が、“商店街活性化プロジェクト”で中延商店街（東京都品川区）の店舗やイベント情報などを紹介するフリーペーパー「mamanobu」（ママノブ）を制作しました（担当教員：荒井明准教授）。表紙デザインやページレイアウト、掲載コンテンツ策定、店舗への取材・交渉等すべてを学生が担当しています。

3月7日（火）より中延商店街の店舗（フリーペーパー紹介店舗ほか）および学童保育型アフタースクール「ユニバースキッズ中延」などで配布します。

【中延に住む“ママ”のための情報誌】

「mamanobu」は“ママ”のための情報誌です。ママに向けたコンテンツを掲載することで、小さい子どもを持つママを商店街に呼び込み、その子どもとともに商店街と長期継続的なつながりを持たせることがねらいです。

【コンテンツ】

- ・**なかのぶグルメ**…中延商店街の飲食店を4つのシーン（ランチ・ディナー・テイクアウト・カフェ）に分け、ママへのおすすめ情報とともに紹介。店舗で使えるクーポン券付き。
- ・**ママの情報局**…子育てに関するママの悩み解決を提案。同商店街周辺で通える習い事の特集やコラムを掲載。
- ・**イベント／祭り情報**…子どもや家族で参加できるイベントや、商店街の活気を伝える「中延よさこい祭り」と「中延ねぶた祭り」の情報を掲載。
- ・**幻のはちみつ**…同商店街で生産する希少価値の高い蜂蜜を紹介。養蜂体験には小学生から参加可能。



【株式会社ぐるなびが協力】

「mamanobu」の制作は、1都3県の情報サイト「レッツエンジョイ東京」を手がける株式会社ぐるなび（東京都千代田区）が協力しました。同社担当者は、「読者の立場にたったの取材は難しかったと思うが、面白いものができた」と期待を寄せます。

名称：「mamanobu」（ママノブ）
 サイズ：B5版 12ページ
 発行部数：2000部
 配布開始日：2017年3月7日（火）
 配布場所：ユニバースキッズ中延、グルメページ掲載飲食店、中延商店街の薬局・医院・銭湯など
 計20カ所以上

(参考) 商店街活性化プロジェクト フリーペーパー制作の背景
—学生によるゼミ活動の記録より—

産業能率大学では、学生教育に地域・企業の抱える課題を解決する「PBL（プロジェクトベースラーニング）＝課題解決型授業」を導入しています。

本プロジェクトは、一年を通して取り組むゼミの活動です。同大の荒井明准教授のゼミでは地域の課題解決（活性化）をテーマに活動しており、今回、同じく地域活性事業を展開する株式会社ぐるなび協力のもと、近年高齢化や集客力低下が問題となっている商店街に若い世代を呼び込むことを目的としたフリーペーパー制作に取り組みました。

プロジェクトではチーム単位で動き、学生一人ひとりが役割を担いながら活動することが求められます。キャリア研究が専門の担当教員の荒井准教授は、少人数チーム（＝社会組織そのもの）の中で学生がどう行動するか、実践的に学び成長する機会をつくっています。



フリーペーパーの制作は、商店街の選定をはじめ現地調査（商店街店舗関係者や来街者への交渉・取材）、掲載コンテンツの策定、表紙デザイン、ページレイアウトすべてを学生が担当しました。

ここでは学生の活動記録から、商店街活性化プロジェクト フリーペーパー制作の背景をご紹介します。

1. 商店街の現状・課題

かつて各地域の中心で消費や地域文化形成を担っていた商店街は、近年では経営者の高齢化および後継者不足、集客力・魅力の低下（来街者の減少）といった課題を抱えています。学生は、商店街とは地域コミュニティの担い手であるべきという考えのもと、モノの購買を超えた地域住人の交流の場を創出するための課題解決に取り組みました。

2. 商店街の調査

学生は、土地別人口や世帯割合、年齢別人口の割合といった「データ調査」と、商店街現地での街頭インタビューや店舗・来街者分析などの「フィールド調査」を行いました。複数の商店街を調査した結果、商店街活性化



中延商店街入口（中延商店街 HP より）

には地域住民の地域密着率（①地元駅の利用者の多さ（かつ地域住民利用率の高さ）、②商店街がイベントを主催、③地域住民への支援制度が充実している）を高めることが重要であると考え、地域密着に積極的な中延商店街に対して活性化の新たな施策を提案することに決定しました。

※中延商店街とは…東急池上線「荏原中延」駅から東急大井町線・都営浅草線「中延」駅に伸びる約 330 メートルのアーケード商店街。大岡山や荏原町といった周辺の商店街より店舗数は少ないながらも、地域の高齢世帯をサポートする「街のお助け隊コンセルジュ」活動など、地域との密接な関係づくりに積極的な商店街です。

3. フリーペーパーの採用と目的 コンテンツの策定

中延商店街の活性化にあたり、フィールド調査で学生が注目したのは、若い主婦層の利用率が少ないということでした。中延駅周辺には幼稚園・保育園や小学校が多く設置され、未就学児や初等教育を受ける子供が多いのではないかという仮説から、その保護者に向けた施策を打ち出すことにしました。これは、同商店街に既存の高齢者サポートとは一線を画したコンセプトといえます。

また、女性がより手にすることが多いという調査をもとに、フリーペーパーの制作を決定しました。小さい子どもを持つ 20～30 代の若い“ママ”を商店街に呼び込み、その子どもも将来的な利用者として大人になってからも行きたい、自分の子どもも連れていきたいと想起させることで商店街との長期的なつながりを持たせることがねらいです。

フリーペーパーに掲載するコンテンツも“ママ”目線で考えられました。同商店街を通行する主婦 92 人に行ったアンケート調査をもとに、ママの子育てに関する悩み解決を提案するページや、子どもが参加できる商店街主催のイベント情報を紹介。商店街とのつながりやママ友・子ども同士のコミュニティを生み出すきっかけ作りをめざしました。同商店街周辺で通える子どもの習い事教室を取り上げたページには、ママとその子どもの来街頻度や利用率を上げ、活性化につなげようという思いがこめられています。また、フリーペーパー掲載コンテンツで関心の高いグルメ（飲食店紹介）のページでは、店舗で使えるクーポン券とともに、分煙や子どもと入店しやすいといった“ママ向けポイント”を紹介しています。使用後のクーポン券は学生が回収し、事前に予測していた費用対効果と照らし合わせて分析を進めていくことになっています。



学生が主婦に行ったアンケート調査