

## ■ 平和町商店街振興組合（長崎県長崎市） ～当たり前の日常を担う役割

長崎市の住宅地にある地域密着型の平和町商店街振興組合を紹介する。

### 1 位置・地形

平和町商店街は、JR 長崎駅から北へ約 3 km に位置する。商店街の東の丘の上に浦上天主堂、西の丘の上に平和記念像公園がある。つまり、商店街は、東西の丘から見下ろした場所にある。また、周辺には原子爆弾落下中心地、原爆資料館、長崎大学医学部キャンパスが、商店街を取り囲むように点在している。平和町は、核廃絶・平和を希求し、平和都市ナガサキを世界へ発信する顔となる「祈りの街」である。

図表 51：平和町商店街の街並み



商店街の東側の丘の上に浦上天主堂が見える

西側の丘の上に平和記念像がある

### 2 商店街の形成の経緯・現況

商店街のある地域は、戦後はしばらく壊滅的な焼け野原であった。戦後 10 年が経過した頃から人口が増えて商圈が形成されたことで、バス通りを中心に平和町商店会がスタートした。組合員の大半は長崎県内の五島列島や島原半島などの出身者で、戦後に一代で築き上げた店主が多い。1987（昭和 62）年に商店街振興組合を結成し、52 基の街路灯や 55 か所の放送設備を取り付けた。

商店街の周辺は、前述の平和関連施設の間には、住宅地が広がっている。平和町商店街のバス通りには、観光客が時折静かに歩く姿も見られるが、買い物客の大半は地域住民である。商店街の中には、観光客を対象とした土産店や飲食店はほとんど見当たらない（例外として、フルーツジュースやスイーツを提供する小洒落れたフルーツ店はある）。あるのは肉・魚・野菜・果物を扱う山里観光市場を中心に、衣料品・小型スーパー・薬局・銀行・介護事業所などであり、典型的な買回り中心の店舗である。観光関連施設に囲まれながらも、観光地によくある「華やかな商店街」なイメージがない。

図表 52：平和町商店街振興組合の概要

組合の設立	1987（昭和 62）年
組合員数等	組合員 40、非組合員 42
空き店舗率等	空き店舗率 18. 8%（101 件中 19 件が空き店舗）
ホームページ	<a href="https://heiwamachi.jp">https://heiwamachi.jp</a>

### 3 商店街が抱えていた課題

長崎市内の市街地は、山と海に囲まれた狭隘な地形のため、全般的に、大型スーパーが少ない。そのためもあって、市内の商店街は、大都市の中心部と同じように徒歩圏内の買い物客が多いようだ。平和町地区には、市中心部で働く通勤者が帰宅途中にバス停ひとつを途中下車して買い物する姿も多い。平和町商店街は、まさに天主堂のアンジェラスの鐘の音が届く範囲が商圏になっている。

これまで平和町商店街は、夏祭りやまちゼミなど、地域住民との交流に積極的に取り組んではきた。しかし、他の商店街と同様、店主の高齢化による店舗の減少やネット販売の影響などにより、商店数・組合員数は減少し、旧店舗は住宅や駐車場に変わりつつある。

そのような中、平和町商店街は、次の3つの課題を抱えていた。

#### ①山里観光市場の再生

山里観光市場は平和町商店街の中心部に建てられ、最盛期には23店舗が並び、商店街のシンボリック的存在であった。名前に「観光」とあるが、今は地域住民を対象とした生鮮食料品店4店（八百屋、総菜屋、魚屋、肉屋）が並んでいる。大半が空き地となり、狭くて古い市場の空間はかえってレトロ感を醸し出している。再生の可能性は高く、その有効活用を進める価値もある。

図表 53：山里観光市場 現在は4店舗がある



(出所：長崎県産業労働部経営支援課)

#### ②商店街を担う新たな人材の発掘

組合員数と店舗従業員数の減少は、商店街活動を担う人材不足をきたしている。そのため、地域住民やボランティア、学生などを単なる買い物客としてではなく、主体的に商店街に担う人材として発掘していく必要がある。

#### ③商店街の魅力の訴求

平和町商店街には、前述のように、周辺に公園や大学など多様な資源が点在している。平和公園・爆心地と浦上天主堂を回遊する来街者には、平和町商店街の日常を知ったり、体感する機会があればいい。商店街の魅力を地域住民や来街者へ訴求していく工夫がある。

## 4 県・市の支援事業を採択

長崎県は、商店街魅力向上支援（モデル）事業により、2 年間、平和町商店街をモデルとして課題解決を支援した。モデル事業の 2 年目では、福岡市のコンサルタント会社に事業進捗を依頼した。コンサルタント会社が派遣した人材は、商業振興や商店街再生を携わるベテランの専門家ではなく、長崎市旧居留地地区にてコミュニティ活動を実践する若者であった。

モデル事業では、商店街の組合員だけでなく、行政、大学生、地域住民等が「平和町商店街の在り方」をテーマにワークショップを重ね、活性化のアイデアを検討し、特に山里観光市場の空きスペースを手作りで「ヤマザトコモン」として有効活用できるように改修した。改修にあたっては、長崎市の空き店舗活用補助事業に採択された。

図表 54：長崎県の商店街魅力向上支援（モデル）事業等の内容

実施年度	令和 4～5 年度の 2 年間
県事業費	9,616 千円（2 年累計）
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 毎月 1 回、商店街組合員・行政・大学生・地域住民等が「平和町商店街の在り方」をテーマにワークショップを開催</li> <li>② ワークショップでの企画を、長崎県主催のアイデアコンテストに参加</li> <li>③ 空きスペース再生のため、長崎市の空き店舗補助金を活用</li> <li>④ 空きスペースの一部を地域住民等がペンキ塗りなど手作りで改修し、「ヤマザトコモン」スペースとして設置</li> <li>⑤ 「ヤマザトコモン」で、住民参加の様々なイベントを開催 （例：古本市、カフェの運営、ピースTシャツ（通称：ピースシャツ）の販売）</li> </ul>

図表 55：山里観光市場の改装前・手作りで改装中・ワークショップ



（出所：長崎県産業労働部経営支援課）

モデル事業の効果は、事業目的のとおり、ヤマザトコモンという新たな賑わいの場を創出し、外部からのアイデアを募った取組を実践した。これらは表層的な効果である。深層の効果として、途中経過ではあるが、次の 3 点を掲げることができる。

### ① 地域住民等と新たな関係性を構築できつつあること

商店街のことを組合員や商店主だけでなく、地域住民等がワークショップや協働活動を進めるプロセスで、地域住民等が我が事のように街の在り方を考えるようになった。このことは、これまでの「売主－買主」だけでなく、新たな関係性を構築する契機となった。

## ② 商店街が居場所として認識されつつあること

地域住民等にとって商店は、これまで単なる買い物場であった。しかし、地域住民等も、商店街において時間とスペースを使うことで「私の居場所」となることが認識される契機となった。

## ③ 県・市との信頼関係を構築できつつあること

多くの商店街は、近年、衰退傾向であることから自治体にとって単なる救済の対象になっている。しかし、平和町商店街は、モデル事業や空き店舗活用事業を活用することで、県や市と新たな信頼関係を構築していった。

# 5 モデル事業の後に街が動き出した

これらの効果の具体的事例として、令和 7 年にあった 2 つのトピックを掲げる。2 つのトピックとは、「被爆 80 周年の講話と花火大会」と「ジャズライブ」である。トピックの説明は、「何をしたか」よりも「なぜできたか」に視点を置く。

## ① 被爆 80 周年の講話と花火大会

2025（令和 7）年は、原爆の被爆 80 年目であった。「『平和のまち』の名にふさわしい街」を標榜する平和町商店街は、80 周年をきっかけに市民参加のイベントを企画した。8 月 2 日、日中には被爆体験講話を、夜には恒例の夏祭りに合わせて花火を開催することとした。

被爆体験講話は、会場として前年に整備したヤマザトコモンスペースを活用した。被爆体験講話の講師として被爆体験者（他の商店会会長）に依頼したところ、快諾していただいた。講話の受講者は主に地域住民であり、狭い会場に聴講者が集まった。講話の後、「あなたにとって平和とは？」をテーマに活発な議論が展開された。

従来の花火大会は、商店街から遠く離れた陸上競技場で毎夏に開催されていた。しかし、予算や安全上の都合でこの 40 年間開催されなかった。被爆 80 周年にあたり、商店街は過去の花火会場を変更して、商店街の隣接地である大学キャンパスのグラウンドでできないか大学に打診した。

大学の反応は、むしろ賛成だった。特に小児科部長が「入院中の子ども達に見せたい」と意欲的だった。結局、商店街と大学との共催で花火が打ち上げることになった。財源は、長崎市に相談した結果、市の被爆 80 周年記念事業補助金 100 万円を充てることができた。不足分の財源約 100 万円は、市内事業所などから賛助金が集まった。花火実現の隠れた要因のひとつは、商店街が日常から大学や消防当局、市内事業者等と良好な関係を維持していたことにある。

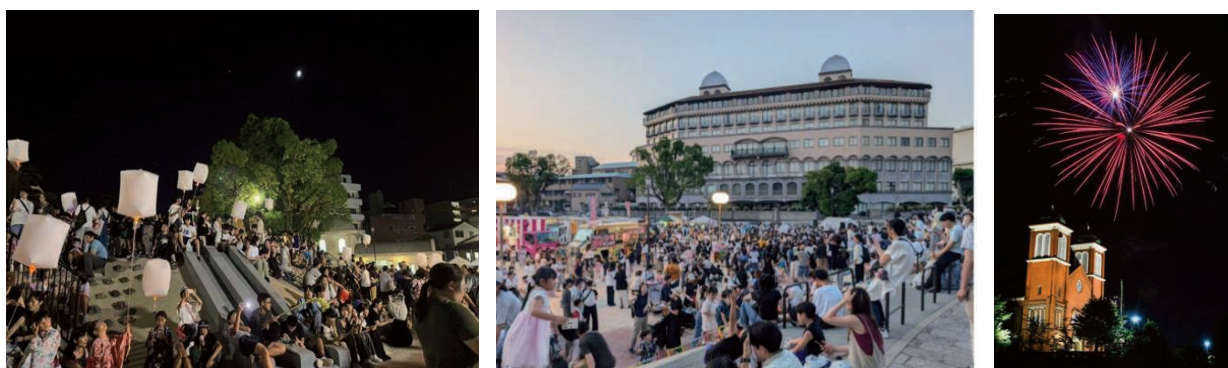
図表 56：長崎市江戸町商店会三瀬会長による被爆体験講話



図表 57：例年の夏まつりに加えて花火大会をPRする城尾理事長



図表 58：被爆 80 周年花火大会の様子



## ②ジャズライブ

2025（令和 7）年 11 月 15 日、ヤマザトコモンスペースで長崎シティ JAZZ のライブが開催された。このライブは、2023（令和 5）年から市内外の JAZZ 愛好家の有志が街を盛り上げようとして始まった。1 年目の会場は長崎駅前など中心市街地の 6 会場で開催された。2025 年の当イベントは、長崎県内で開催された「ながさきピース文化祭 2025」（第 40 回国民文化祭・第 25 回全国障害者芸術文化祭）の一環として位置づけられ、新たな会場として平和町商店街が追加された。

当イベントの会場の中で、平和町商店街会場の特徴は、3 つある。第 1 に、いわゆる繁華街ではなく、住宅地の中の商店街で開催されたこと。第 2 に、比較的若者が訪れない街で開催されたこと。第 3 に、小さなスペースで開催され、奏者と聴衆の一体感があったことである（演奏は、隣接する公園のスピーカーに流された）。

平和町商店街で開催された要因は、もちろんヤマザトコモンといったスペースができたこともあるが商店街が「平和」をキーワードとしていたこと、従来の地域密着のスタイルから若手をも参加できる魅力を訴求し始めたことにある。

図表 59：ヤマザトコモンスペースでの JAZZ ライブ



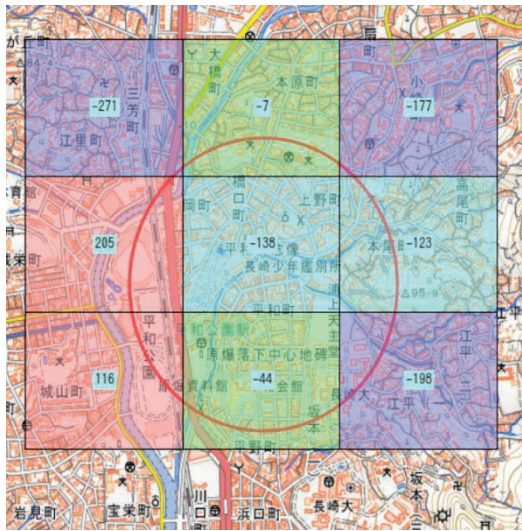
平和町商店街は、この 3 年間、行政、大学生や地域住民、大学や協賛企業、JAZZ 愛好家等と関係性を築き、パワーアップしてきた。今後、この関係性の構築を続けていくことで、さらに上昇気流に乗れる可能性は大いにある。一方で、全国の地域密着型商店街と同様に、地域住民の高齢化やネット販売の影響など潜在的な脅威に対する課題を、個店のブラッシュアップや SNS の活用などで克服する努力を続けていく必要はある。加えて平和町商店街には、次の 2 つの課題が残っている。2 つとは、「景観の保全と活用」と、「初めての大手資本スーパーマーケットの進出」である。

## 6 新たな課題 1 ～景観の保全と活用

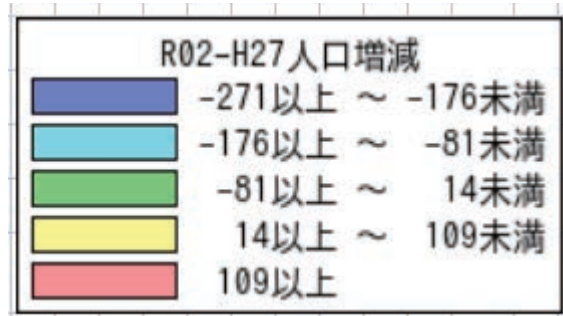
長崎市は、市景観計画において、平和町商店街の周辺を平和公園地区という「景観形成重点地区」に指定している。全国の景観ゾーンをみると、ゾーンの中に商店街が存在することはある。一般的には歴史的なシンボル等が中心にあり、商店街はゾーンの端に含まれている。しかし、平和公園地区の場合、関係施設が点在しているため、結果的に商店街が景観ゾーンの真ん中に位置する。平和町の景観は、東の丘の上の浦上天主堂からと、西の丘の上の平和公園からの遠望を大事にしている。そのた



図表 63：平和町商店街の半径 500m内の人口増減（2019→2024 年）



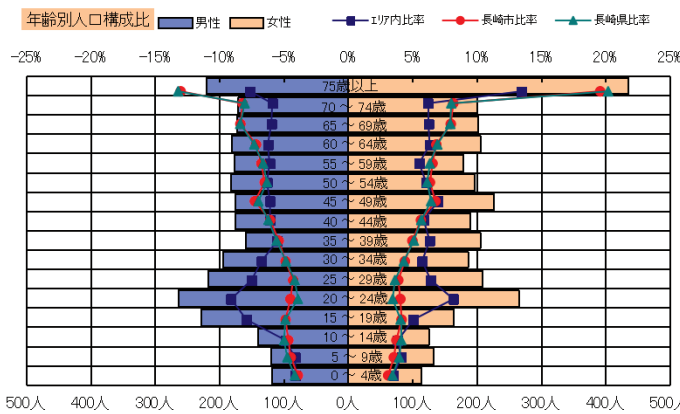
(出所:jSTAT MAP にて作成。基本データは令和2年)



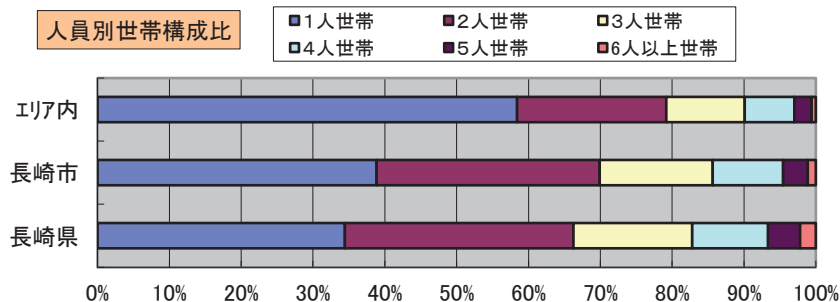
丸印が赤平和町商店街を中心とした半径 500m。

商店街の東(右)側が平和町商店街の顧客層であるが、減少傾向が著しい。商店街の周辺も減少している。

図表 64：平和町商店街の半径 500m内の年齢別人口構成比・人員別世帯構成比



(出所:jSTAT MAP にて作成。基本データは令和2年)



長崎県内・市内と比べると、比較的に生産年齢層の比率が高い。一人世帯の比率が 59%と高くなっている。

## 7 新たな課題 2 ～初めての大手資本スーパーの進出

平和町商店街は、あるいは平和ではなくなるかもしれない。2025（令和 7）年 7 月、平和町商店街の西端に 24 時間営業の大手スーパーが出店する旨、長崎県庁へ大店立地法による届出があった。店舗面積 1,294 m<sup>2</sup>、小売業者はスーパーマックスバリュー（イオン九州）、2026（令和 8）年 3 月にオープンする計画である。届け出た設置者は、福岡市が本店、電力

---

グループ系の大手企業（仮に「A社」とする）である。

これまで平和町商店街には、地元資本の小型スーパー「ジョイフルサン」が真ん中にあるが、コンビニもなく、弁当屋以外にはチェーン店さえなかった。A社とマックスバリュート平和町店は、平和町地区での初の県外大手流通資本となる。A社は今後、平和町商店街に溶け込み、ともに生き残るパートナーとなりえるか。A社は、10月、事業者名を変更し、長期ビジョンとして、「持続可能な社会づくりに向けて『社会課題の解決』」と掲げた。さらにA社は、新店舗から50m先に定員74人の4階建て学生寮も新設する。おそらくA社は、平和町地区において経営資源を集中させる戦略を展開していくのであろう。平和町商店街にとってスーパーは黒船であり、百戦錬磨の大手企業に戦いを挑むのは無謀であろう。残る戦略は「共存」であり、商店街とA社の各々の強みを活かして地域の価値を高めていく途であらう。コレクティブ・インパクトの視点である。

おそらくA社も共存を望んでいる。A社は、社名を変えただけでなく、平和町にて地域ローカル・ゼブラ企業に変身し、商店街とともに地域課題の解決に貢献していくことを期待したい。

## 8 新たな役割（2.0）

平和町商店街の強みは何か。商店街は、JAZZを受け容れたように、はたして次の変化も受け容れるか。

平和町商店街振興組合の城尾昭寛理事長は、平和町商店街を「『平和』の名にふさわしい誰もが住み心地の良い安心安全な街にしたい」という。いわば、日本中のどこにでもある「日常」を当たり前に出演する街を目指している。平和町ゾーンが「世界平和」や「核廃絶」を目指す世界的祈りの街であることからすると、ささやかな目標ではある。

しかし、城尾理事長の理念こそが商店街の原点であり、新たな役割(2.0)でもあろう。

- ※ スーパージョイフルサンは、2026（令和8）年3月にイオン九州に吸収合併の予定がある。
- ※ レポートの作成にあたり、長崎県産業労働部経営支援課から全ての写真と多くの資料を提供いただいた。

（野田 良輔）