

令和 3 年 6 月 11 日
財務省 関東財務局
横浜財務事務所

商業の現場からみる神奈川県の新型コロナとの闘い

(視 点)

新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）は、サプライチェーンを分断し生産停滞を招き、その後は外出自粛に伴い需要が蒸発するなど、日本経済の需給に甚大な被害を及ぼしている。神奈川県内においても、飲食業、娯楽業や宿泊業を中心に営業制限等によって売上が減少しているとの声が多く聞かれる。

本レポートは、冒頭で神奈川県の新型コロナの状況に触れつつ、近隣住民の生活を支える「商店街」とロードサイド型の「道の駅」という二種類の商業の現場から、新型コロナとの闘いを纏めたものである。

(要 旨)

- 神奈川県の新規感染者数は、二度目の緊急事態宣言後、外出自粛、営業制限や出勤制限といった感染症対策の徹底強化等の効果もあって、減少してきていたが、2021 年 3 月 21 日の宣言解除後には再び新規感染者数が増加傾向となっている。
- 緊急事態宣言の再発出となった 2021 年 1 月上旬における神奈川県の人の動きについて、「小売店・娯楽施設」でみると、新型コロナ前の基準値を下回って推移しているものの、最初の緊急事態宣言前後の 2020 年 3 月下旬から 5 月下旬における水準と比べると、人の動きの抑制は限定的であった。
- 県内商店街は、コロナショック前から、少子高齢化等の影響により加盟店舗と客入りが減少する傾向がみられている。こうした中で、商店街や道の駅は、新型コロナという逆境においても、クラウドファンディング（以下、CF）やオンライン配信を活用したアクションを起こすなど、もともと培ってきた地域との絆をブラッシュアップし、新たな日常を切り開く挑戦を続けている。

1. 神奈川県の新型コロナの状況

(1) 新型コロナウイルスの感染再拡大

2020 年 1 月 16 日に日本国内初の感染が公表された新型コロナウイルスは、2 月には横浜港の大型クルーズ船で集団感染が確認され、神奈川県内において感染症への危機感が一挙に高まった。その後、県内での感染が徐々に拡大し、3 月 13 日、新型インフルエンザ等対策特別措置法の改正を受け、神奈川県は新型コロナウイルス神奈川県対策本部会議を設置し、新型コロナウイルス対策を進めている（図表 1）。

5 月 25 日の緊急事態宣言解除後、神奈川県は、新型コロナウイルスの動向をモニタリングし、モニタリング基準を超えた場合は「神奈川警戒アラート」を発動し外出自粛や休業要請を行うこと等を決定した。7 月 17 日、県の新規感染者数は 43 人となり、「神奈川警戒アラート」の発動基準 33 人を超えたために「神奈川警戒アラート」を発動することになった。

県の新規感染者数は、10 月に減少傾向に向かったものの、11 月下旬から感染が再拡大し、2021 年 1 月 9 日には 995 人とピークとなった。二度目の緊急事態宣言後、外出自粛、営業制限や出勤制限といった感染症対策の徹底強化等の効果もあって、新規感染者数は減少してきていたが、3 月 21 日の宣言解除後には再び新規感染者数が増加傾向となり、4 月 20 日から「まん延防止等重点措置」が適用されることになった（図表 2）。

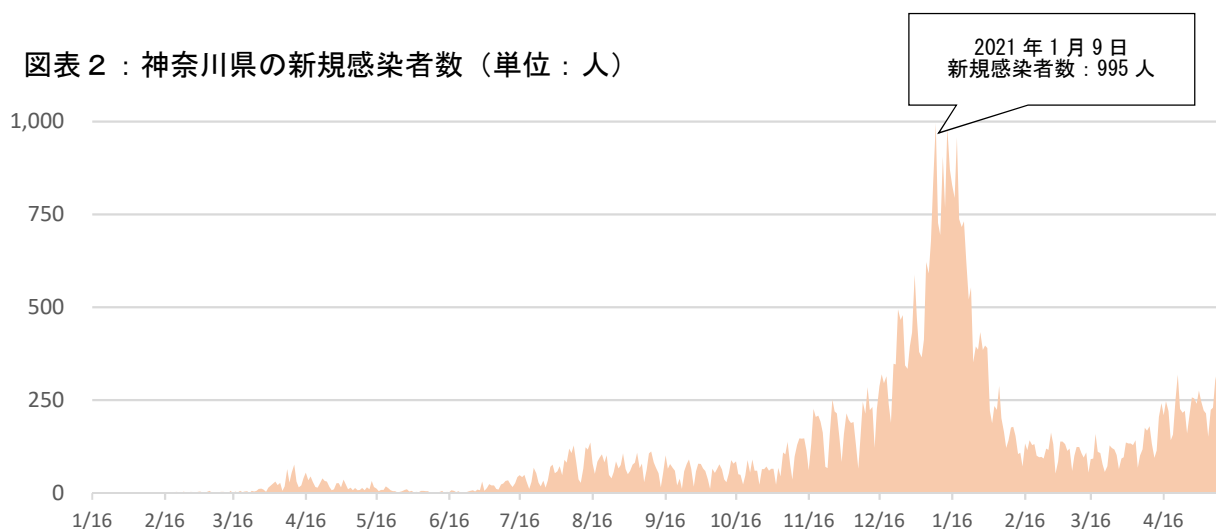
■ 図表 1：新型コロナウイルス感染拡大と県庁の状況

日付	主体	新型コロナウイルス感染拡大と県庁の動き	備考
2020 年 5 月 25 日	政府	緊急事態宣言（北海道、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）を解除	—
	政府	イベント等の開催制限を解除（ステップ 1）	屋内 100 人、屋外 200 人まで
	神奈川	神奈川警戒アラートのモニタリング基準を決定	新規陽性患者数（医療・福祉施設クラスターを除く 1 週平均）10 人、感染経路不明（医療・福祉施設クラスターを除く 1 週平均）50% 以上
6 月 18 日	神奈川	神奈川警戒アラートのモニタリング基準の見直し	感染経路不明者の割合における警戒アラート発動基準を「新規陽性患者数が 10 人以上時に 50% 以上」など
6 月 19 日	政府	都道府県間移動自粛要請や 1,000 人までのイベント等の開催制限を解除（ステップ 2）	—
7 月 9 日	神奈川	神奈川警戒アラートのモニタリング基準の見直し	「週平均 1 日あたり新規陽性患者数 33 人」を警戒アラートの発動基準とする
7 月 10 日	政府	イベント等の開催制限を解除（ステップ 3）	5,000 人まで
7 月 17 日	神奈川	神奈川警戒アラート発動	—
7 月 22 日	政府	「Go To トラベル」開始（東京都を除外）	東京都は除外。補助額は最大 1 人あたり 1 泊 2 万円（日帰り 1 万円）。補助の 7 割：旅行代金割引、3 割：地域共通クーポン
9 月 19 日	政府	イベント等開催の自粛要請を解除	5,000 人の上限を解除、収容率 50% 以内可能
10 月 1 日	政府	「Go To トラベル」に東京都を追加	—
12 月 28 日	政府	「Go To トラベル」中止	—
2021 年 1 月 7 日	神奈川	緊急事態宣言の再発出により「特措法に基づく緊急事態措置に係る神奈川県実施方針」を発出	政府の緊急事態宣言延長を受け、2021 年 2 月 2 日に改定
3 月 21 日	政府	緊急事態宣言（東京都、神奈川県、埼玉県及び千葉県）を解除	—

4月16日	神奈川	「特措法に基づくまん延防止等重点措置に係る神奈川県実施方針」を発出	・令和3年4月20日～5月11日。 ・横浜市、川崎市、相模原市。4月28日から、鎌倉市、厚木市、大和市、海老名市、座間市、綾瀬市を追加
-------	-----	-----------------------------------	--

（出所）神奈川県「新型コロナウイルス感染症神奈川県対策本部会議資料」に基づき、横浜財務事務所作成

■ 図表2：神奈川県の新規感染者数（単位：人）



（出所）神奈川県「県内の最新感染動向」

（2）緊急事態宣言下における神奈川県の人の動き

神奈川県は、新型コロナの感染再拡大に伴い、商業施設ではソーシャル・ディスタンスの確保、店内の換気・消毒、飛沫対策といった拡大防止策や、オフィスではテレワーク等による出勤制限等を講じつつ経済活動を続けている。緊急事態宣言の再発出となった2021年1月上旬における神奈川県の人の動きについて、「小売店・娯楽施設」をみると、新型コロナ前の基準値を20%下回ったが、最初の緊急事態宣言前後の2020年3月下旬から5月下旬における水準と比べると、人の動きの抑制は限定的であった（図表3）。

ただし、感染再拡大に伴う「Go To トラベル」の中断や会食の自粛等により、主にコト消費が徐々に抑制され、1月以降は緊急事態宣言の再発出によって、より広い範囲で経済活動（コト消費を中心とした個人消費等）が抑制されている。

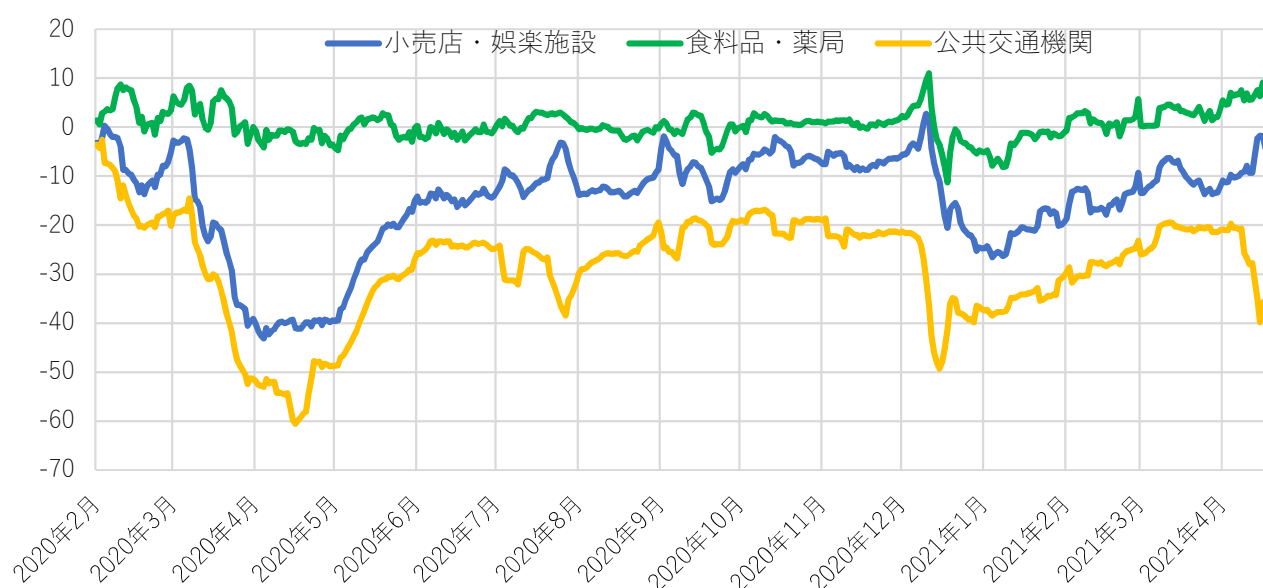
一方、県内百貨店のヒアリング結果¹によると、「旅行等のコト消費がモノ消費へ回ってきているように感じる」といった声が聞かれ、実際、家電や自動車などモノ消費は堅調に推移している。

こうした中、サービス消費である飲食・宿泊は、3月21日の緊急事態宣言解除の前後から、人出の増加や稼働率の改善等から持ち直しの動きがみられたが、感染再拡大により、4月20日から「まん延防止等重点措置」が適用されるに至った前後から、再び人出の減少や稼働率が悪化してきている。

なお、「公共交通機関」をみると、二度の緊急事態宣言における水準はともに、宣言解除後の水準と比べて低位に抑えられていた（図表3）。

¹ 財務省関東財務局横浜財務事務所「令和3年1月経済情勢報告」（2021年1月28日公表）

■ 図表 3：神奈川県の人動き（単位：％）



（出所）Google「Covid-19 コミュニティモビリティレポート」

（注 1）基準値は、2020 年 1 月 3 日～2 月 6 日の 5 週間における該当曜日の中央値。後方 7 日移動平均。

（注 2）「小売店・娯楽施設」には、レストラン、カフェ、ショッピングセンター、テーマパーク、博物館、図書館、映画館などが含まれる。

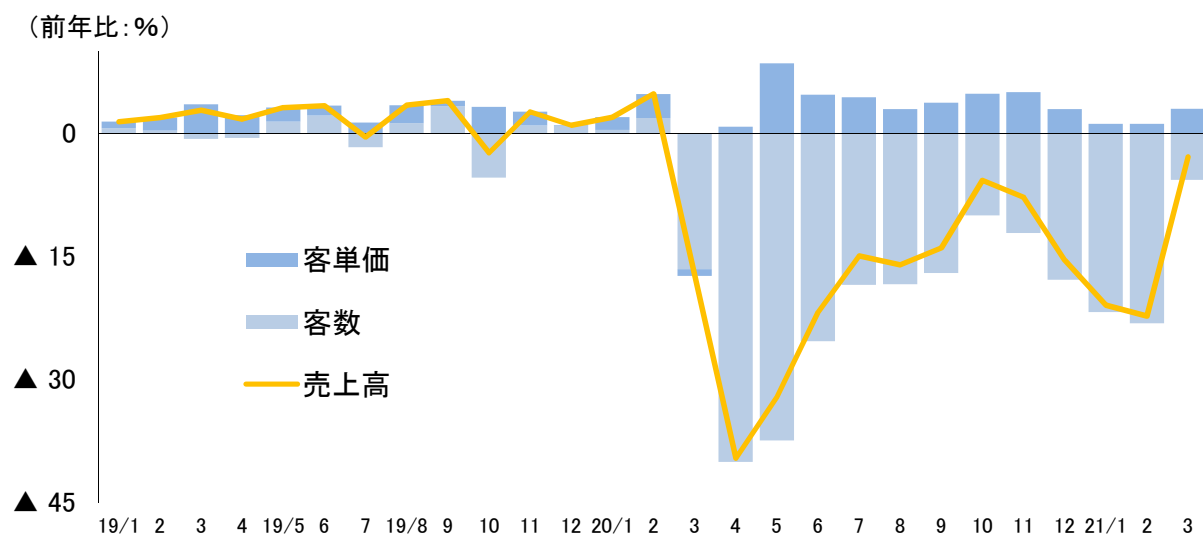
（3）飲食店の動き

2020 年 11 月 13 日、農林水産省は「Go To イート」の予算上限を達したことを理由に、オンライン予約サイトでの受付が近日中に終了するとの見通しを示した。その後、ポイント付与を終了する予約サイトが増えていき、「Go To イート」効果が剥脱、徐々に感染者が増加してきていたことも相まって、持ち直しつつあった全国飲食店の売上高・客数は 11 月から再び減少幅を拡大していった（図表 4）。神奈川県の飲食店情報の閲覧数を見ると、デリバリーに強いと言われるファミレス・ファストフードも 12 月から前年を下回るなど外食業界全体で需要が蒸発している（図表 5）。

神奈川県は、テイクアウトやデリバリーなどの販路拡大を行う飲食店を支援する「飲食店応援プロジェクト」²の実施や、時短要請に応じた飲食店に対して協力金を支給しているものの、まん延防止等重点措置により時短営業や酒類の提供が停止されるなど、飲食店は引き続き、厳しい経営環境に置かれている。

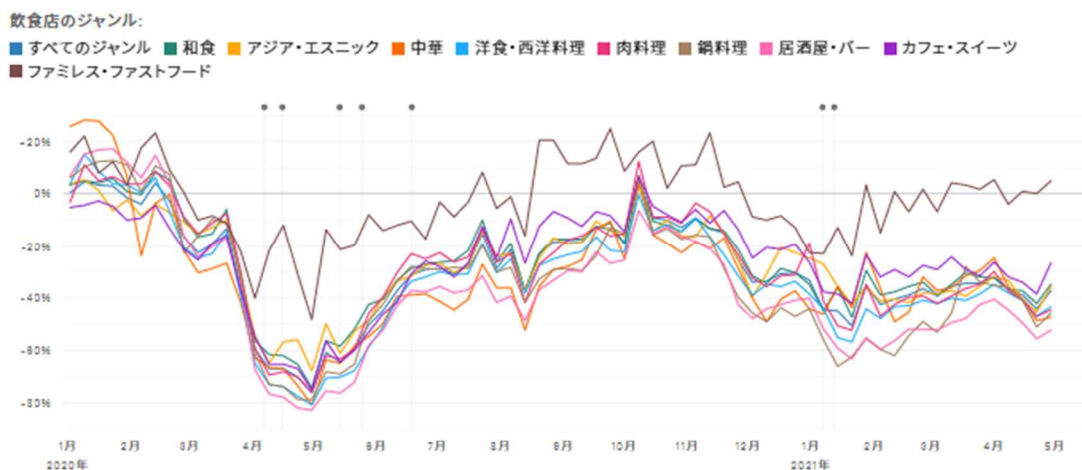
² 地域金融機関がテイクアウトやデリバリーを行う飲食店の情報を集約。その情報を基にポスティング事業者がチラシを作成し家庭等に直接配布するとともに、WEB 事業者が飲食店情報サイトに掲載。県は事業者間の調整などを行っている。

■ 図表 4：全国の外出食需要動向



(出所) 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

■ 図表 5：神奈川県のレストラン情報の閲覧数（前年同月比）



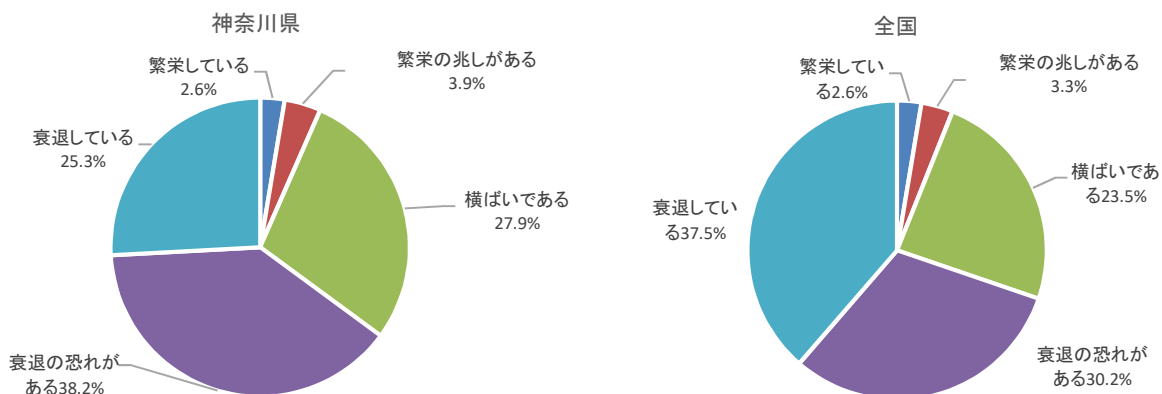
(出所) 内閣府地方創生推進室「V-RESAS」

2. 「商店街」の新型コロナとの闘い

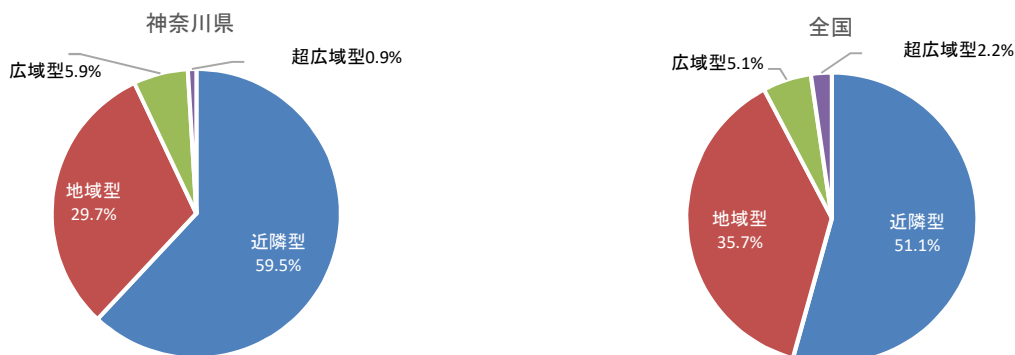
(1) 神奈川県における商店街の環境

神奈川県の商店街は、コロナショック前から、少子高齢化等の影響により加盟店舗と客入りが減少し景況が悪化しつつある。神奈川県の商店街の景況をみると、「衰退している」、「衰退の恐れがある」と回答した商店街は6割を上回っている（図表6）。商店街のタイプは、規模に応じて4つのタイプに分類され³、神奈川県の商店街タイプをみると、「近隣型」が59.5%と、全国51.1%と比べて8.4%多くなっている（図表7）。

■ 図表6：商店街の景況



■ 図表7：商店街タイプ



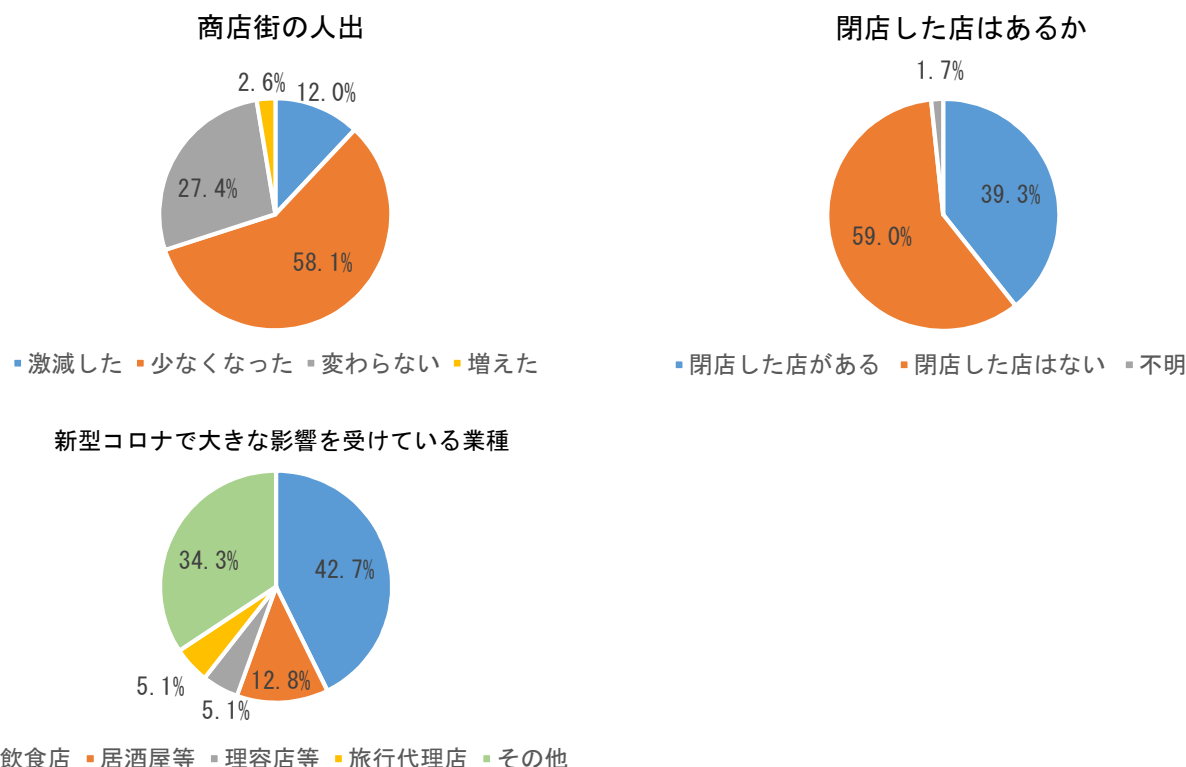
（出所）中小企業庁「2018年度 商店街実態調査報告書」

公益社団法人「商連かながわ」が2020年11月に実施したアンケート調査によると、新型コロナ下においても駅前の繁華街や観光地近くの知名度がある商店街には客足が戻りつつある一方、駅から遠い商店街への人出は鈍くなっている。2020年11月の県内商店街の動きをみると、約7割の商店街

³ ①近隣型：最寄り品（消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品、家庭雑貨など。）中心の商店街で地元住民が日用品を徒歩又は自転車等により買い物を行う商店街
 ②地域型：最寄り品及び買回り品（消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など）が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲であることから、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
 ③広域型：百貨店、量販店を含む大型店があり、最寄り品より買回り品が多い商店街
 ④超広域型：百貨店、量販店を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離から来街する商店街（出典：中小企業庁「2018年度 商店街実態調査報告書」）

で人出が減っていること、約 4 割の商店街で新型コロナにより閉店や廃業に至った店舗があることや、飲食店は依然として厳しい状況にあり（図表 8）、緊急事態宣言の再発出から、まん延防止等重点措置の適用が続き、客入りの改善はなかなか見込めない状況となっている。

■ 図表 8：商連かながわのアンケート調査



（出所）商連かながわ「新型コロナウイルス（COVID-19）による影響に関するアンケート調査」⁴

このような環境下における商店会の取組みを探るべく、二度目の緊急事態宣言の発出前の 2020 年 12 月に、相模原市中央区の「にこにこ星ふちのべ商店会」及び横浜市青葉区の「藤が丘商店会」に取材を行った。

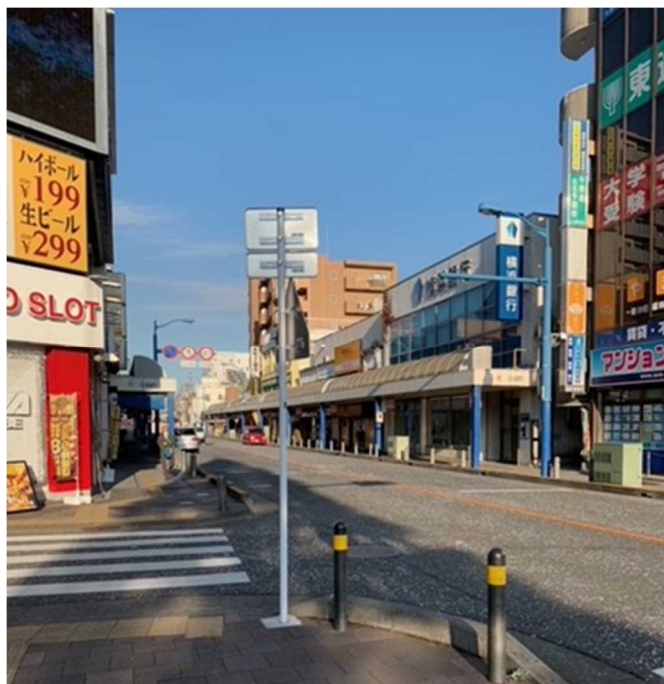
（２）にこにこ星ふちのべ商店会（相模原市中央区淵野辺）

「にこにこ星ふちのべ商店会（以下、ふちのべ商店会）」は、加盟店数が約 70 店舗と中規模の商店会である。JAXA（宇宙航空研究開発機構）、青山学院大学、桜美林大学及び麻布大学のほか、防衛省陸上装備研究所や三菱重工が所在し、近隣の住民のほか大学生や会社員が客層となっている。

一度目の緊急事態宣言では、大学生のオンライン授業、留学生の受け入れ停止や企業のテレワークにより客足が遠のき、需要の多くを占めていた飲食店の売り上げは平常時の 30%に減少した。⁹

⁴ 実施期間：2020 年 11 月 12 日～11 月 30 日、総回答数：商連かながわ会員の商店街 586 団体のうち 117 団体（回答率 20.0%）（2020 年 12 月 15 日 商連かながわ公表）

月には少しずつ客足が戻りつつあったものの、その後の感染再拡大から再び客足が遠のいている。その中でふちのべ商店会は、今までのイベント実績や商店会役員のノウハウを活かして新型コロナと闘っており、新型コロナ下における当商店会の取り組みについて、ふちのべ商店会の萩生田会長に単独インタビューを行った。



「商店会通りに星座名を冠した
にこにこ星ふちのべ商店会」

Interview



にこにこ星ふちのべ商店会
萩生田会長



(聞き手：横浜財務事務所
財務課 小代調査官)

✓ 「まず、ふちのべ商店会の特徴を教えてください。」

- 「ふちのべ商店会の特徴といえば、JAXA が所在する地元商店会として、なんといっても宇宙や夜空に関連したイベントが多いことです。新型コロナ以前にはナイトバザール事業をほぼ毎月行っており、ナイトイベントの始まりは20年以上前にさかのぼります。最近では、小惑星探査機「はやぶさ2」等が話題となっていますので、それらを活用して地域を盛り上げていければと考えています。
- 相模原市中央区は、都心エリアからのアクセスがよく、周辺都市と比べて宿泊費が安価なこともあり、外国人観光客に都心エリアへの滞在先として選好されていたように感じます。新型コロナ以前にはアジアからの観光客が多く訪れていましたので、インバウンドのポテンシャルは高いと考えています。」

- ✓ 「新型コロナ下でインバウンド需要が見込めない中で、ふちのべ商店会が挑戦なさっていることを教えていただけますでしょうか。」

- 「新型コロナ下における取組みの一つである新型コロナによる『**未来の商品券**』⁵では、商店会の厳しい状況を救うために、商店会役員会はCFを導入するか、補助金として加盟店に給付するかと議論を重ねました。加盟店から会費をいただいているのに対し補助金として返金するのは賛否両論となり、CFの導入に至りました。商店会のメンバーに「ノジマ相模原ライズ」というアメリカンフットボール社会人クラブチームに所属している方がおり、その方にCFの経験があったことから、CFの導入はスムーズにいきました。
- CFを振りかえると二つの効果があったと考えています。一つ目は寄付を目的として出資していただけた方が多く、商店会の厳しい状況が続く中、周りの皆様から応援されているという精神的な励みにつながったことです。二つ目は神奈川県内の商店会では初の取り組みということもあり、多くのメディアが報道で取り上げてくれたことにより、他の商店会がCFに参入しやすい波及効果が得られたことでしょう。
- 神奈川県内における商店会で初のCFでの資金調達を実施したところ、半数以上が支援寄付となり、近隣住民や近隣の大学卒業生からの寄付が多く見受けられました。新型コロナ以前から近隣住民や大学生等と協力して地域密着型のイベントを行い、その中で培ってきた彼等の地元商店会を愛する気持ち「ふちのべ愛」が支援寄付を通して感じられ、困難な状況の中で精神的な強みにつながりました。

- ✓ 「ふちのべ商店会は、「道路占用に関するコロナ特例」⁶を用いた取り組みが話題になっていますが、具体的にはどのような取り組みなのでしょう。」

⁵ 2020年5月、ふちのべ商店会は、新型コロナ収束後に利用可能な「未来の商品券」を立案した。「未来の商品券」は、購入者が応援したい加盟店に対して1,000円～10,000円の範囲での商品券を購入すると、+αとして加盟店独自サービスが得られる仕組みになっているほか、「商品券購入なし」として支援寄付のみを行うことができる。

⁶ 「道路占用に関するコロナ特例」は、2020年6月5日、国土交通省が直轄道路について、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける飲食店等を支援するための緊急措置として、沿道飲食店等の路上利用（テラス営業等）の占用許可基準を緩和する特例措置を導入したもの。9月1日現在で、国と同様の特例措置を導入した自治体数は約420団体、占用許可件数は約240件となっており、全国で同制度が活用されている。なお、足元の感染拡大状況、要望や実施状況等を踏まえ、2021年9月30日まで期限が延長された。（2020年11月10日 国土交通省報道発表資料「「新型コロナウイルス感染症の影響に対応するための沿道飲食店等の路上利用に伴う道路占用の取扱いについて」の一部改正等について」）

- 「2020年6月、国土交通省は、新型コロナ下で苦境に立たされた飲食店がテラス営業を行いやすくするために道路占用許可の基準を緩和しました。この情報を聞いてすぐにイベントを開こうと考え、7月下旬に神奈川県初の試みとなる「ふちのべ街中テラス」を開催しました。ピンチの時には情報をいち早くキャッチし、思い立ったら即実行が大切です。
- 7月から8月にかけて行った2回目までの開催では、保健所など法令上の規制もあってそれぞれの店舗前の歩道に限りテラスを開催したものの、アーケードに面していない店舗は道路占用特例の対象にならないことや、雑貨店などテラス参入が難しい店舗にとっては不公平感がありました。
- そこで、「ふちのべ街中テラス」のプランを見直し、各店舗のテラスと駅下広場を一体として捉えることで、店舗間の不公平感や法令による縛りの解消を図りました。具体的には、3回目となる9月には開催場所を駅下広場のデッキ下まで拡大して露店を出店できるよう企画し、昼は駅下広場で路上販売による飲食や物品販売によるショッピングを楽しみ、夜からは各店舗のテラスでお酒を交えたコミュニケーションを楽しむという二段構成で開催することにしました。この取り組みにより、3密を避けながら商売の場を広げ、安心して人とのつながりを楽しめる賑わいの場所を創り出すことができました。
- 東京都立川市などの商店会の方が、道路占用許可の活用事例として参考にするべく「ふちのべ街中テラス」を視察に訪れてくれたことは驚きでした。地元住民の方からSNSで「ふちのべ街中テラス」による取り組みを広めていただけたと思い、嬉しかったです。



「テラス利用と一体で活用された淵野辺駅 駅下広場」

✓ 「「ふちのべ街中テラス」にも「ふちのべ愛」がみられたのですね。最後に、ポストコロナを見据えたふちのべ商店会の今後について教えてください。」

- 「新型コロナの再拡大の下、先行きはますます不透明感が増していますが、ふちのべ商店会は新型コロナに負けずに明るい話題を次々と作っていきます。インバウンドには当面の間は期待できませんが、「はやぶさ2」の地球帰還という明るいニュースも

ありますので、応援グルメやグッズといったユニークな企画でふちのべ商店会を盛り上げていきます。」

- ✓ 「本日はご多忙の中、インタビューにご協力いただき、ありがとうございました。」



「新型コロナに負けずに明るい話題を次々と作っていきたい」と爽やかな笑顔を見せる、ふちのべ商店会・萩生田会長（写真中央）

（※2021年5月、萩生田会長に近況をお伺いしたところ、「2月12日、「はやぶさ2カプセル帰還記念デザインマンホール蓋」⁷が淵野辺駅南口駅前広場に設置されるなど、市民の注目を集めるイベントは継続しています。感染再拡大によってシャッターを閉める飲食店は増えつつありますが、6月13日の「はやぶさの日」に向けて、環境が整えばイベントを再開していきます。」と前向きなご返答を頂いた。）



（左）淵野辺駅南口駅前広場のマンホール（右）市立博物館入り口のマンホール（写真：相模原市提供）

⁷ 2020年12月6日、小惑星探査機「はやぶさ2」のカプセルが地球に帰還したことを記念して、相模原市はJAXAと協力しデザインマンホール蓋（2種類）を製作した。2021年2月12日にはデザインマンホール蓋のお披露目式が開催され、相模原市の本村市長の主賓の下、JAXAの津田はやぶさ2プロジェクトマネージャー及び萩生田会長が来賓として出席。マンホールは、式典後に淵野辺駅南口駅前広場及び市立博物館入口に設置され、設置の様子を見物しようと多くの市民が集まった。

（３）藤が丘商店会（横浜市青葉区）

続いて、「東急田園都市線の急行が停まらない、オレ達も止まらない…!今、藤が丘が激アツ!!」をキャッチフレーズとするユニークなまち「藤が丘商店会」を紹介する。

藤が丘商店会の周辺には、駅前に昭和大学藤が丘病院のほか、藤が丘小学校やもえぎ野中学校、藤が丘駅前公園が所在している。

藤が丘商店会においても、一度目の緊急事態宣言から飲食店を中心に大きな打撃を受けていたが、街を元気づけるためにユニークな発想とスピード感をもって新型コロナと闘っており、藤が丘商店会の外山会長に単独インタビューを行った。



「楽しい人、ユニークなまち、ふじがおか「藤が丘商店会」」

Interview



「藤が丘商店会」
外山会長



（聞き手：横浜財務事務所
森第1統括官付）

✓ 「まず、藤が丘商店会の特徴を教えてください。」

- 「藤が丘商店会は、いわゆるアーケード街ではなく、藤が丘駅や谷本公園を中心に飲食店や小売店が点在しているのが特徴です。加盟店舗数は70～80店舗と県内では中規模となっており、経営者の年齢層は私（外山会長）と同年代の40代から50代の方が多く⁸、バラエティに富んだユニークな発想をもつ経営者が多いイメージです。客層は地域住民のほか、藤が丘駅前の昭和大学藤が丘病院の職員や来院者も多く、地元の駅の顔として機能しています。藤が丘商店会のイベントは集客型ではなく、ミニカルチャー講座や個店巡りのイベントを行うことで、新しい顧客開拓につなげています。」

⁸ 経済産業省「新たな商店街政策の在り方検討会（第5回）」（平成29年6月7日開催）によると、商店街における問題点は断トツで経営者の高齢化による後継者問題であり、中小企業全体における経営者の年齢分布について、1995年は最頻値が47歳であったものの、20年経った2015年は66歳となっており、中小企業の経営者の年齢が高齢化していることが言及されている。

✓ 「新型コロナ下で、藤が丘商店会が挑戦なさっていることを教えていただけますでしょうか。」

- 「2020 年 4 月 7 日、緊急事態宣言による外出自粛要請で青葉区内の商店会も大きな経営の打撃を受ける中、藤が丘商店会は加盟店舗に**特別支援金**として各 10 万円を給付しました。40 年以上前に商店会を設立した時から「何かあった時のために」と会費を積み立ててきたことで、新型コロナのような未曾有の危機に対応することができました。平常時から積み増していなかった商店会では、このような対応は難しかったでしょう。神奈川県内のメディアにも記事として取り上げていただいております。
- 政府の給付や融資制度の準備も進んでいましたが、スピード感をもって給付するには加盟店全ての意見を聞いていられないので、少人数の緊急役員会において特別支援金の給付を決定しました。全国で藤が丘商店会がもっとも早く給付金を支給できたことが自慢であり、加盟店舗からも感謝の声を多くいただきました。」

✓ 「不測の事態にはスピーディーな対応を行うことが大切なのですね。続いて、ウィズコロナを踏まえた藤が丘商店会の取り組みを教えてください。」

- 「藤が丘商店会の活性化を図る中で私たちが求めたのは楽しい企画を発信すること、強いインパクトを残すことでした。「藤が丘商店会はこの取り組みをしているのだな」ということを周辺住民の方に知っていただくことが大切と考えています。その中で、2019 年、スープ系のフードメニューをアピールするために商店会のマスコットキャラクター「汁ウイン」による「汁まつり」を開催しました。2020 年には、「汁」の字に一本線を継ぎ足して地獄のスパイシーフェスティバル「**汗まつり**」を開催しました。PR キャラクターはバージョン違いの「汗ウイン」で、暑苦しさをインパクトに押し出しています。



汗まつりのヒーロー「汗ウイン」

- 「汗まつり」は、ウィズコロナで行動が制限される中、一過性にとどまらず継続性があるイベントを開催しようとのコンセプトの下で、シールスタンプラリーにより一定の「あつくるシール」を集めると年末のガラガラ福引に参加できる仕組みとなっており、今夏から年末にかけて長く楽しめるイベントです。辛い料理が苦手な方にも楽しんでもらえるよう、辛さを控えめに抑えたフードメニューを用意したほか、激辛党向けにブートジョロキアやキャロライナリーパー⁹の瓶詰めも販売し、話題性を確保しつつ売れ行きは好調でした。
- 新型コロナの影響により飲食店の売上高が減少する中、「汗まつり」のチラシや参加料といった運営コストに対してCFによる資金調達を活用しました。加盟店舗のメンバーにCFの経験がある方がいたから、導入は難しくなく、目標額30万円に対して32万円の調達を達成することができました。出資者は加盟店の知人の方が多く、幅広い多数から資金調達することはできませんでしたが、「あと1万円」「あと5千円」…と目標額に向けて商店会メンバー同士の結束が強まったことから、CFの活用は有益でした。「汗まつり」のアピールにはInstagramを活用し、チラシのコスト削減を図りました。」



ブートジョロキアと
キャロライナリーパー

✓ 「これは…一度みたら忘れられないインパクトがあるキャラクターですね。」

- 「可愛いマスコットキャラクターは世に溢れていて、デザイン面で太刀打ちはできないので、加盟店メンバーが見た目の気持ち悪さを押し出して「汁^{しる}ウィン」をデザインしました。「汁^{しる}ウィン」は、ハロウィンをモチーフにデザインしています。最初は着ぐるみの「汁^{しる}ウィン」や「汗ウィン」が街を歩くと周囲の通行人から驚かれていましたが、最近は少しずつ住民と馴染んできており、別の藤が丘商店会イベントでも彼らが登場すると子どもたちに喜んでもらえています。」

✓ 「飲食店の話題になったので、藤が丘商店会が取り組んでいるテイクアウトやフードデリバリーの状況について教えていただけますでしょうか。」

- 「2020年4月、フードデリバリーやテイクアウトを利用できる地元の飲食店をホームページで紹介する「**テイクアウトと出前 市が尾&藤が丘**」を青葉区の市ヶ尾商栄会とともに立ち上げました。市ヶ尾商栄会は、鶴見川を挟んで隣接すること

⁹ ブートジョロキアは、北インド及びバングラデシュ産のトウガラシ属の品種（約100万スコヴィル値。スコヴィル値は唐辛子の辛さを計る単位であり、一般的に市販されているタバスコソースは約2,500～5,000スコヴィル値といわれる）。キャロライナリーパーは、米国の南東部に位置するサウスカロライナ州産の唐辛子属の品種（約150万スコヴィル値）。

から、デリバリーできるエリアが共有できることもあって、両商店会は互いに協力しつつ、テイクアウト等のシェアを高める工夫を行っています。ホームページの開設や運営にあたっては、商業規模が大きくホームページの知見に厚い青葉台商店会、あざみ野商店会からサポートを得ることができました。

- 2019年のラグビーワールドカップにおいて、近隣商店会との合同イベントが開催されたことがきっかけで青葉台商店会などの会長と親しくなりました。新型コロナで飲食店は打撃を受けていますが、青葉区内の商店会はもともとあった地域のつながりを生かして、この苦しい環境を乗り越えていきます。」

✓ 「近くの商店会と協力して課題を解決しているのですね。最後に、ポストコロナを見据えた藤が丘商店会の今後を教えてください。」

- 「昭和大学藤が丘病院、藤が丘ショッピングセンターの老朽化に伴い、2022年度から藤が丘駅周辺の再開発事業が予定されています。藤が丘病院においては、現在の病院を残しながら新病院を駅側に建てていくことで、新病院の建設中も病院機能を継続していくそうです。土地開発法令の改正に伴い、建築物を建てられる高さが従来の45mから60mと高くなりましたので、日照が悪くなることを心配する経営者もいます。
- 昔の藤が丘商店会を知っている経営者や地域住民にとっては、駅前再開発により雰囲気が変わってしまう寂しさもあるでしょう。藤が丘商店会としては、昔ながらの藤が丘商店会の魅力をどのように若い世代へ伝えていくかが今後の課題と考えています。因みに、2020年10月、マンガ「急行が止まらない街 藤が丘のひみつ」を作成・配布することで、昔ながらの藤が丘商店会の魅力を記録に残せればとの思いから、経済産業省が実施するソフト事業「Go To 商店街」に申請してみました。採択はされませんでした…。何らかの形で昔ながらの藤が丘商店会の魅力を記録に残せればいいなと考えています。」

✓ 「本日はご多忙の中、インタビューにご協力いただき、ありがとうございました。」

（※2021年5月、外山会長に近況をお伺いしたところ、「まん延防止等重点措置による酒類の提供停止に伴い、飲食店は大きな打撃を受けていますが、秋頃に向けて新しいイベントの企画検討を進めています。」と前向きなご返答を頂いた。）



「昔ながらの藤が丘商店会の魅力を子どもたちに伝えていきたい」とキュートな笑顔を見せる、藤が丘商店会・外山会長（写真右）

3. 「道の駅」の新型コロナとの闘い

（1）道の駅の動き

商店街と趣きが異なる地域へのアプローチとして、観光拠点の性格を有する道の駅が考えられる。道の駅ホームページによると、道の駅は、「安全かつ快適に道路を利用するための道路交通環境の提供及び地域のにぎわい創出」をコンセプトとしている¹⁰。なお、神奈川県内には、箱根峠、山北、清川及び足柄・金太郎のふるさとの4駅が観光資源の豊かな県西エリアに集中している。

道の駅は、地域の交流拠点としても広がりを見せており、今後はポストコロナを見据えて成長していく分野として期待されている。その中で、新型コロナ下に開業し、来駅需要を取り込むことに成功した「道の駅 足柄・金太郎のふるさと」を紹介する。

¹⁰ 道の駅 HP <https://www.michi-no-eki.jp/about>

（２）「道の駅 足柄・金太郎のふるさと」

「道の駅 足柄・金太郎のふるさと」（以下、当駅）は、2020 年 4 月に開業を予定していたものの、一度目の緊急事態宣言の影響を受け、2020 年 6 月 26 日に延期して開業した。開業前の不安と裏腹に、売上は目標を大きく上回り、新型コロナ下において好調な滑り出しだったという。また、メディアが三密を避けてレジャーを楽しむ先として取り上げたこともあり、夏休みシーズン後も客足は好調に維持しているということで、南足柄市環境経済部産業振興課 内田課長と、当駅長の大塚駅長へ単独インタビューを行った。



「道の駅 足柄・金太郎のふるさと」

Interview



南足柄市環境経済部
産業振興課
内田課長



道の駅 足柄・金太郎のふるさと
大塚駅長



（聞き手：横浜財務事務所
山岡第 4 統括官付）

✓ 「緊急事態宣言の影響で開業が 2 か月延期になった中で、苦労した点を教えてくださいませんか。」

- 大塚駅長「2020 年 3 月末、国土交通省から道の駅として登録を受けたタイミングで緊急事態宣言が発出され、その後の開駅スケジュールがまったく見通せず、出店舗との契約が遅れて大変でした。開駅の目途が立たないためにオープンチラシが作成できず、初動の広報活動にも苦労しました。」

✓ 「スタート地点で大変な思いをなされたんですね。実際に開駅して、来駅者の客層はいかがでしょうか。」

- 内田課長「地元の南足柄市に加え、横浜市在住の方が予想に反して多いという印象です。自動車入込状況を見ると、湘南ナンバーが6割を占めており、それ以外のナンバーは、横浜ナンバー、相模ナンバー、川崎ナンバーが多く、東京都、千葉県、埼玉県の首都圏ナンバーのほか静岡ナンバーも見受けられます。」

✓ 「ウィズコロナの中で、県内の行楽需要が高いと思われましたが、近隣の他県からの来駅も多いですね。ウィズコロナ下での地域交流の取組みを教えてくださいませんか。」

- 大塚駅長「当駅は、開駅後、地域の街おこしを目的に2019年3月から月1回のペースで実施されている「南足柄 100 人カイギ」¹¹の開催場所として利用されるようになりました¹²。交流スペースの天井構造材には地元産杉の削り丸太を使用しており、登壇したゲストから「親しみやすい交流の場」と好評をいただいています。



「道の駅 足柄・金太郎のふるさと」の交流施設

- なお、新型コロナ下ということで、駅内の交流スペースでの現地開催と「Zoom オンライン配信」を並行して開催しています。ソーシャル・ディスタンスを確保しつつ、地域の繋がりの強化に役立てて地域の交流拠点としての役割を担うとともに、動画により当駅の存在を広く配信することで、当駅の広報活動にも一役買っています。
- 私自身も、2020年10月（vol. 13）の「南足柄 100 人カイギ」にゲストの一人として登壇し、当駅のイベント、グルメや南足柄観光などを紹介させていただきました。」

✓ 「イベントを現地開催とオンライン配信を並行して開催することで、ソーシャル・ディスタンスを講じながら、地域の交流拠点としての役割を担うとともに、広報効果も得られるということでもとても良い取り組みですね。開駅から半年経過しましたが、ウィズコロナ下での今後の課題を教えてください。」

¹¹ 「100 人カイギ」は、一般社団法人 INTO THE FABRIC が全国 50 以上の地域で展開している「会社、組織、地域に“身近な人” 同士のゆるいつながりを作るコミュニティ活動」をいう。身近で特徴的な活動を行っている 5 名程度のゲストに毎回登壇していただき、全 20 回の開催において「ゲストが 100 名に達したら解散する」を唯一のルールとしている。「100 人カイギ HP」<https://100ninkaigi>

¹² 当駅が開催場所として利用された期間は、2020 年 10 月（vol.13）～12 月（vol.15）。

- 大塚駅長「ウィズコロナ下での今後の課題は、感染症対策と経営のバランスを図っていくことです。当駅は、新型コロナ下での開駅ということもあり全国的なニュースに取り上げていただいたものの、地道な広報活動を続けていくことが肝心と考えています。具体的にはInstagramなど SNS を活用し、週に一度の朝市の広報を実施しており、今後も引き続き、SNS を活用した地道な広報活動に力を入れていきます。」

✓ 「地道な広報活動が大切なのですね。最後に、当駅の今後についてお聞かせいただけますでしょうか。」

- 内田課長「道の駅は、24 時間のトイレ開放で広いトイレスペースを確保しなければならず、郊外が強く、市街地は弱いというトレンドが続いていました。2021 年以降も不透明な社会経済情勢が続く中、感染症の影響もあって、ドライブの休憩スポットから地域の交流スペースとしての役割が見直されてきています。2021 年度は、道の駅案内看板の増設といったハード整備に加えまして、隣接農地で栽培したチューリップの販売（2020 年 12 月取材時点）といった新しい取り組みを行いますので、より一層、地域の憩いの場として利用していただきまして、当駅が地域の活性化に役立ち、ひいては税収の確保にも繋がることを期待しています。」

✓ 「本日はご多忙の中、インタビューにご協力いただき、ありがとうございました。」

（※2021 年 5 月、南足柄市環境経済部産業振興課に近況をお伺いしたところ、「4 月 28 日の箱根と南足柄をつなぐ神奈川県道 731 号「はこね金太郎ライン」の開通にあわせ、箱根と南足柄地域の食材 2 種類を用いた特別メニューなど開通記念イベントを開催しました。箱根との行き来が容易になったこともあり、連休には渋滞が起きるほどの客足で賑わい、売上好調でした。」と明るいご返答をいただいた。）



南足柄市・環境経済部産業振興課 内田課長、松本班長（写真左から二番目、三番目）、
「道の駅 足柄・金太郎のふるさと」・大塚駅長（写真右から三番目）と金太郎を囲んで

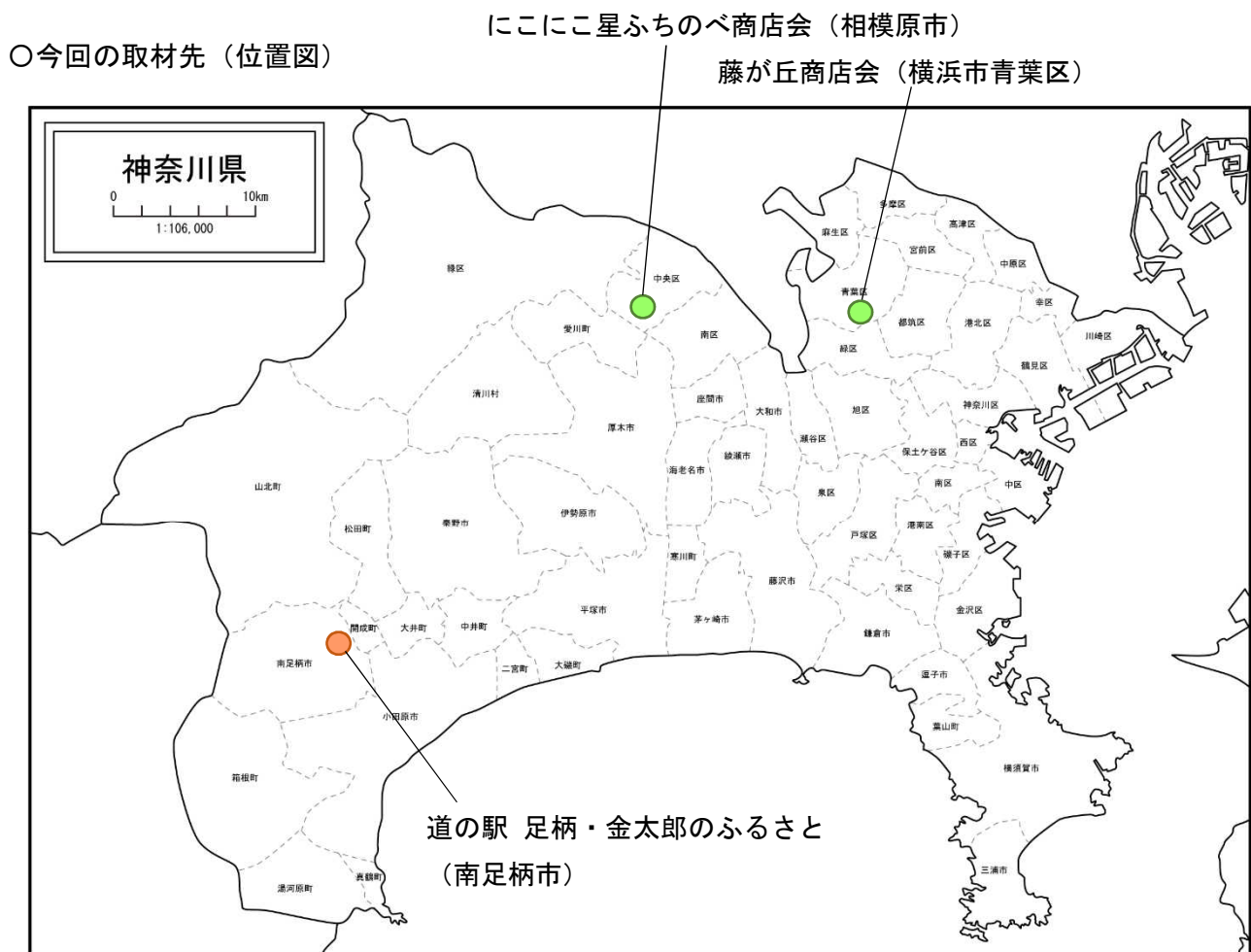
4. おわりに

日本経済は、新型コロナによって2020年4月から5月にかけて戦後最悪の厳しい状況に陥ったが、一度目の緊急事態宣言の解除後から、感染拡大防止と両立して社会経済活動のレベルを段階的に引き上げてきた。しかしながら、経済活動の抑制による需要蒸発の影響は大きく、日本経済は新型コロナ前の水準を下回っている¹³。

他方でウィズコロナ・ポストコロナを見据えた経営手法、デジタルコミュニケーションを活用した顧客の確保といった新たな分野が広がりをみせているとともに、リモートワークの浸透に伴い地方への移住など新たな社会構造の変化が生じている。

商店街や道の駅は、新型コロナという逆境においても、CF やオンライン配信を活用したアクションを起こすなど、もともと培ってきた地域との絆をブラッシュアップし、新たな日常を切り開く挑戦を続けている。

(以上)



¹³ 2020年度の実質GDP成長率は、前年度比▲4.6%と2年連続のマイナス成長となった（2021年5月18日内閣府公表）。2020年10-12月期GDP一次速報を踏まえた内閣府試算値によると、GDPギャップ（経済全体の総需要と供給力の差）は4-6月期の▲10.6%、7-9月期の▲6.0%に続き、10-12月期は▲3.5%（2021年2月15日内閣府公表）。

（注１）本レポートにおける本文の年号表記を西暦で統一した。

（注２）本文は筆者の個人的見解である。

《御礼》

本レポートの作成にあたって、取材に快諾をいただきました皆様に厚く御礼を申し上げます。

（調査協力・写真提供）（順不同）

公益社団法人「商連かながわ」専務理事 高嶋様・古性様、相模原市中央区「にこにこ星ふちのべ商店会」会長 萩生田様、横浜市青葉区「藤が丘商店会」会長 外山様、「南足柄市環境経済部産業振興課」課長 内田様・班長 松本様、「道の駅 足柄・金太郎のふるさと」駅長 大塚様

財務省 関東財務局 横浜財務事務所

【執筆者】小代（財務課）、森（第１統括）、
山岡（第４統括）