

[地域動向]

千葉・中心市街地の活性化と 「千葉市夏休みおしごと感動体験」

敬愛大学経済学部教授

藪内 正樹

1 イベントの概要と敬愛大学の協力

「夏休みおしごと感動体験ワクワクワークデー」は、千葉市が千葉駅周辺の百貨店、テナントの協力を得て実施している事業で、小学3～6年生の希望者に百貨店などの売り場の仕事を体験してもらい、楽しかった記憶から将来、地元で就職しようとする人材を育成することが目的である。第1回の平成26年度は、定員460人に対して2,313人が応募、平成27年度は定員535人に対して2,487人の応募があった。抽選で選ばれた子どもたちは、8月22日(土)の当日、保護者と一緒に受付に集合し、そこで参加費300円(初年度は100円)を支払う。それぞれの売り場へ移動し、30分ほどの説明を受けた後、1時間の仕事体験。終了後、受付へ戻り、保護者と子ども双方がアンケートに回答して解散した。

子ども学科や経営学科を持つ敬愛大学としては、初年度から、子どもの名札作りや当日の受付、売り場への引率、アンケート回収を約50人の学生ボランティアを動員して協力している。平成27年度は、学生ボランティアに加え、経営学科3年生のインターンシップの一環として、5人の学生が、市や協力企業へのインタビュー、当日のボランティア活動、アンケートの集計作業を行なった。

2 アンケートの結果

【子ども】(回答数467)

①参加してどう思ったか：

「とても楽しかった」83.9%、「楽しかった」14.1%、「ふつう」1.1%、
「あまり楽しくない」0.4%、「ぜんぜん楽しくない」0.2%

②また参加したいか：

「はい」92.7%、「いいえ」0.9%、「わからない」6.4%

③ほかにやってみたい仕事：

お菓子屋、パン屋、花屋、ペットショップ、レジ、受付、ネイリスト、本屋、
放送、銀行、電車の運転手、エレベーターガール、医者など。

④おとなの話はよくわかったか：

「よくわかった」69.6%、「わかった」25.7%、「ふつう」4.3%、
「あまりよくわからない」0.4%、「ぜんぜんわからない」0%

*子どもたちの満足度は極めて高かったと言える。

* 44.8%の子が、やってみたい仕事を記入し、興味が旺盛。ただし製造業は1～2人。

【保護者】（回答数 457）

①来年も同じイベントを開催する場合、参加させたいと思うか

（来年は中学1年になる人を除いた比率）：

「思う」94.7%、「思わない」0.2%、「わからない」4.6%

②ほかの仕事体験にも子どもを参加させたいか：

「はい」99.8%、「いいえ」0.2%

③今回買い物や食事をしたか／予定があるか：

「した／予定がある」83.9%、「ない」15.3%

④食事や買い物の消費金額：

「1,000～5,000円」58.0%、「1,000円未満」15.5%、

「5,000～1万円」5.5%、「1万円以上」2.6%

⑤参加費はいくらまで払って良いと思うか：

「300円」45.7%、「500円」46.6%、「1000円」5.7%、「3000円」0.4%

*保護者の評価も極めて高かった。自由解答では、仕事体験の職種や定員枠、開催頻度を増やして欲しいという希望が多く、そこにも評価が高いことが現れていた。

*参加費は500円までなら理解を得やすいことがわかった。

*消費行動も、かなり伴っていたことがわかった。

3 協力企業の期待

敬愛大学の5名のインターンシップ生たちは、7月の間に、協力企業であり実行委員会に参加している、そごう、三越、パルコ、ペリエ各千葉店を訪問し、このイベントに協力する動機、効果などをインタビューした。

前年のイベント当日に若干売上が増えたという店もあったが、いずれも売上増に対する期待は二の次で、子どもたちに将来お店のファンになって欲しい、市に協力して社会貢献していることに対する評価を得たいといった動機が中心だった。

さらに、そごう、三越、パルコの3社に共通する最大の関心は、千葉駅前中心市街地の賑わい作りだった。なぜなら、建設中の千葉駅の駅ビルが、2016年～18年に段階的に開業するからである。駅ビルが開業すると、駅ナカと駅ビルに集客力のある多くの店舗が営業を開始し、人の流れが駅の外へ出て来なくなる可能性がある。これを防ぐため、さまざまなイベントや環境整備などによって中心市街地の賑わいを増やしていかねばならないという危機感を持っている。現に、ある企業は、九州新幹線の鹿児島駅のビルが開業した際、鹿児島店の売上が大幅に減り、同様のことが全国で繰り返されつつあるという。駅ビル開業に対する危機感は、極めて強いものがあった。

一方、JR東日本の子会社である(株)千葉ステーションビルが経営するペリエは現在、鉄道高架下のショッピングモールを運営しているが、駅ビル開業後、その中のショッピングモールも経営することになる。この点ではほかの3社と競合関係にある。ではなぜ、ほかの3社と一緒に千葉市のイベントに参加しているのか。この質問に対し、「千葉駅の乗降

客数は、今は船橋駅などに及ばない。事業の発展のためには、まず乗降客数をもっと増やす必要がある。そのため、都内からも人を引き付けるようなイベントを増やしたい。その点で他の小売店さんと立場が一致している」と強調していた。

千葉県内のJR駅を、2014年の乗降客数が多い順に並べると、船橋13万5,322人、西船橋13万1,895人、柏11万9,671人、千葉10万3,592人である。

(株)千葉ステーションビルは、千葉、西千葉、津田沼、検見川浜、稲毛海岸、海浜幕張の各駅でペリエを経営している。船橋駅のショッピングモールはシャポーといい、運営会社は(株)ジェイアール東日本都市開発で、小岩、市川、本八幡、船橋の各駅で営業している。西船橋のショッピングモールはディラといい、同じくIR東日本の子会社の(株)アトレが経営している。柏の駅ビルは高島屋の経営である。

千葉駅周辺の商業にとって新しい駅ビルの開業が脅威であることも事実だが、千葉駅の乗降客を増やすことが駅ビルと周辺商業の共通の利益となることもまた事実である。利益の競合と共有の二つの視点を共にマネジメントし、両立させることが、各商業企業と行政に求められている。競合を意識すれば、互いに異なる特徴を備えることによって全体の多様性を高めると共に、競争することによって全体の魅力を高めることができれば、共通の利益を生み出すことができるだろう。

千葉駅前中心市街地の活性化については、千葉商工会議所、域内各商店街、百貨店、銀行、メディア、行政等が参加して「千葉市中心市街地まちづくり協議会」が組織され、イベントコーディネート事業、情報ガイドマップ等事業、オープンカフェ事業、花の街推進事業、クリーンアップ事業、セーフティ・ガード事業、隠れ味発見事業などを実施している。協議会が開催している平成27年度のイベントとしては、中央公園、きぼーるの広場を使った16のイベントと、毎月第4日曜日のパルコ前交差点での和太鼓の路上パフォーマンスが開催されている。イベントの内容は、飲食店の出店による音楽と飲食の融合イベント、コンサート、盆踊りなどだが、遠隔から人を呼ぶほどのイベントには育っていないように思われる。9月下旬に開催されるアースディマーケット「秋の収穫祭」は、地元の農産物を持ち寄って販売する活動だが、ペリエのイベントスペース、千葉銀座商店街でも毎月開催されている。千葉の農産物のブランディングなどと結合させることができれば、近隣からも人を集めるイベントに成長するかもしれない。

おわりに

千葉市夏休みおしごと感動体験は、平成28年度以降も継続する。敬愛大学として、このイベントへの協力を、2016～18年の駅ビル開業を迎える中心市街地の活性化という取り組みと結びつけながら、学生たちと共に参加し、見守り、積極的な提案などもしていきたい。