

激辛商店街

(京都向日市激辛商店街)

京都府向日市

！取組のポイント

限りある地域資源の中から自ら特色を生み出し、「激辛」の聖地として独特のアイデアを次々に実現・発信する。

取組の背景

際だった特色を生み出すことによる町おこし

当地域は激辛商店街が発足する以前は特産品のタケノコを利用した町おこしに取り組んでいた。しかし、特に目立つ観光施設などもない中で、地域の活性化と観光客のリピーター化を目指すためには、際だった特色を産み出すことが必要であった。

そこで、具体的に特色を創り出すに当たっては、①向日市を1人でも多くの方に知っていただきたい、②向日市に1人でも多くの方にお越しいただき、1人でも多くの方に楽しんでいただき、笑顔になっていただきたい、③激辛商店街でしか味わえない辛くて旨いものや、感性をピリリと刺激するイベント、商品を1人でも多くの方に堪能していただきたい、といったフレーズを掲げるとともに、さらに2014年からは、④向日市から日本を活性化、元気にしていくことを商店街のビジョンとして掲げている。

取組の内容

強いインパクトを残す「激辛」のキーワードで勝負

「向日市」の名前をインパクト勝負でPRし、「まずは名前を知ってもらい訪れてもらおう」と地元の有志らが市域全体を「京都向日市激辛商店街」として売り出すことを決意、激辛グルメが持つ「元気が出る」「癖になる」というイメージに引っかけて、飲食店を中心とした20店舗でスタートした。

その後、京都向日市激辛商店街として、食品に限らず、染み抜きをテーマにしたクリーニング店やトウガラシを販売する種苗店も参加し、サービスを提供するなど、多種多様な店舗が参加するようになった。

2012年からは、激辛メニューの祭典「KARA-1グランプリ」を開催している。数多くのメディアにも取り上げられ、全国で激辛商店街の名前が浸透してきている。

また、激辛を軸に、辛いものが苦手な人でも食べられるようにした「ゆる辛」の開発、地元向日神社と協力した大凶・凶が半数以上を占め辛辣なコメントの並ぶ「辛口おみくじ」の作成、大手パンメーカーとのコラボ商品の開発、観光案内所の設置など、多岐にわたる事業を展開している。

KARA-1グランプリ2015



取組の成果

地域全体が活性化、世界の激辛の聖地へ

2008年に年間3000人だった観光客数は、激辛商店街の立ち上げと同時に約6万人に急増した。2013年には19万4000人に到達、食品に限らず多種多様な店舗が参加する仕組みづくりにより、地域全体の活性化につながっている。地域全体が活性化したことで、イベント時以外の平常時の商店街売上も平均して2～3割増えた。

また、「KARA-1グランプリ」も人気を呼び、第1回(2012年)は、8都府県から約50店舗が参加、約2万人が来場し、第2回(2013年)、第3回(2014年)には来場者が5万人に達し、海外・他府県からの観光客の誘客に成功しており、参加店も約73店舗にまで増えている。

今では、全国各地から激辛を求めて人が集まる“激辛の聖地”として人気を博しており、2015年度からはタイなどアジア地域の激辛店の誘致にも力を入れるなど、世界的にも名の通った「激辛の聖地」を目指している。

激辛商店街を代表するメニュー担々麺



実施体制

激辛商店街立ち上げ時は、向日市、向日市商工会や京都府の支援を受けていたが、現在では、向日市在住の外部の専門家も含めて、実行委員30名、執行部15名での運営体制となっている。補助事業の終了後も地元の向日市とは連携を継続しており、清掃活動など、地域に貢献する事業を実施している。

全てのイベントを収益事業として運営するほか、企業とのコラボ商品の販売によるロイヤリティによる収入など、会費以外の自主財源を確保することで継続的な取組を実践している。

激辛商店街のマスコットキャラクター“からっきー”イベントなどでひっぱりだこ



基本データ

所在地	京都府向日市寺戸町山縄手
人口	約5万人(向日市)
電話/FAX	075-963-6509
関連URL	http://www.kyoto-gekikara.com
会員数	70名
店舗数	70店舗(買回り品小売店1、最寄品小売店7、飲食店55、サービス店6、その他1)
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	学生・若者、会社員、観光客(国内)

キーパーソンからのコメント

京都向日市激辛商店街
会長 宮路 亮



インパクトがあり注目されるまちづくり

行政主導でも商工会主導でもない町おこしとして、飲食店以外の店舗や大型ショッピングセンターも巻き込んで取り組んできました。国や自治体などからの補助ありきの町おこしからの脱却を試み、イベントを収益事業として位置づけ、食品メーカーとのコラボ商品の開発にも取り組んできました。全国的に名が知られるようになった「KARA-1グランプリ」の開催や地元向日神社の参加、さらには新作メニューの作成など、前例にとらわれない話題づくりを展開しています。「KARA-1 グランプリ」はマスコミのトップニュースにも取り上げられました。

基本姿勢を忘れずさらなる進化を目指す

若手、よそ者、変わり者が一緒になって商店街の発展を目指していますが、さらに、向日市の商業活性化につなげたいという意思を持つ新たなメンバーの参画をどのように促し現在の組織と融合させていくか、共通テーマで個店を結んだ「商店街」をどう発展させていくかが今後の課題です。

加盟店舗数10倍を目指して組織の強化に取り組むとともに、収益事業であるイベントやロイヤリティ収入など、自己財源の確保は永遠の課題です。

商店街概要

交通利便性が高い一方で、地元客の京都市内や大阪など大都市への流出を招いており、地元商店の集客力が低下していた中で、近くに大型ショッピングセンターの立地が決まり、これ以上客が流出すると地域商業が壊滅するという危機感から、何かインパクトのあるテーマで町おこしをしようとする。その中で、インパクトがあり元気が出る「激辛」をテーマに、まずは地域の飲食店を中心に集結し、2009年に共通テーマで個店を結ぶ新しい形の商店街である「激辛商店街」を設立する(飲食店以外の物販店舗も加盟している)。