

下通商店街

(下通繁栄会)

熊本県熊本市

！取組のポイント

「ヒトにやさしいマチづくり」を目指し、近隣商店街や各種団体との積極的な交流や連携を図り、人々の笑顔を生むことで活性化につなげる。

取組の背景

外部団体と連携しながら今後の課題を把握

中心市街地の顔と言われた熊本市最大の下通商店街も、近年、郊外型大型商業施設の進出や商店街内での大型店舗の建替えにともなう通行量の減少・空き店舗の増加などが懸念されている。

こうした中、地元大学や経済団体などと連携して商店街の来街者調査を実施したところ、「良いもの(価値や接客力の高さ)を買いに来る」「気の合う仲間と集う場所を求める」という特性と「取組や事業の情報発信力不足」という課題が浮き彫りとなった。

「黙っていてもお客様が来てくれる時代は終わった」との危機意識から、下通繁栄会を構成する下通新天街・下通二番街・下通三番街・下通四番街の4つの商店街の連携のもと、少子高齢化などの社会課題の解決につながる多様なにぎわい創出に取り組み、愛される商店街の実現を目指している。

取組の内容

少子高齢化への対応や顧客満足度UPに向けて

当商店街は、「ヒトにやさしいマチづくり」をスローガンに、少子高齢化に対応した福祉・子育て支援事業をはじめ、交通券事業など、商店街のにぎわい創出だけでなく社会的課題の解決に資する多種多様な事業を実施している。

下通商店街のストリートファニチャーで休むご家族連れ



東日本大震災被災地応援プロジェクト
石巻の作家絵本の読み聞かせ



交通網が集中しているため交通渋滞が多く、細かい路地も多い。自分達のお店や路上で具合が悪くなられたお客様がでた場合、救急車が到達するまでに何かできないかと考え、組合店スタッフを対象に「医師によるお店でできるファーストエイド講座」を催した。

その中で、胸部圧迫による心肺蘇生法を学び、AED(自動体外式除細動器)の必要性を感じたが、夜間人口も多い商店街に24時間稼働可能なAEDが無いと知り、アーケード路上に4台のAEDを設置した。また、AEDが設置されるまでの期間に、管轄消防局にて普通救命救急士の資格を取った有資格者がアーケード内に20名誕生した。

そのほか、スマートフォンや最新アプリなどのデジタルツールを活用した「商店街・地域コミュニティ情報の発信」など、地域に密着した情報交流事業にも取り組み、地域コミュニティ形成の中心的な役割も果たしている。

また、熊本城の城下町かつ一番の繁華街である下通には毎年多くの外国人観光客が訪れており、そのお客様に対して、商品の良さだけでなくカスタマーサービスも満足して帰っていただくため、「6回コースの英会話の勉強会」を商店街にて展開中である。

さらに、「VMD研修」では視覚による購買動機的重要性を学び、個店のディスプレイ改善による売上の増加に活かされているほか、覆面調査でお店の改善を促す「ミステリーショッピングリサーチ活用勉強会」も展開している。

以上の事業を総称で「FACE to FACE コミュニケーション強化事業」としている。

顧客満足度UPのための対応を学び、実践し、同時に店舗間の親睦を深めていく事業である。

このように、状況に応じて前向きに常に向上心を持って取り組んでいるところである。

取組の成果

人々の笑顔を生むことで活性化につながり、来街者が増加

買物を楽しめる環境を整えたことで、郊外の大規模商業施設へ流れていた子育て世代や高齢者の来街が増加している。また、近隣商店街や美術館とコラボした様々なアートイベントでは、子どもから高齢者までが笑顔と活気に溢れ、街が明るくなり、今まで知らなかったお店などへの来店動機にもつながっている。

実施体制

商店街内の事業部・青年部・女性部が連携をとり、様々な事業の企画運営を行っており、必要に応じて地元美術館や大学、商工会議所、行政、近隣商店街などと相互に連携した事業を展開している。

最近では、異業種交流や、組合員がチームを組んで、商店街のみならず未来の中心市街地を考える場に積極的に参加している。

日比野克彦プロデュース
サッカーW杯マッチフラッグワークショップ



基本データ

所在地	熊本県熊本市中央区下通
人口	約18万人(熊本市中央区)
電話/FAX	096-352-3377/096-352-3375
関連URL	http://shimotoori.com
会員数	154名
店舗数	190店舗(買回り品小売店67、最寄品小売店8、飲食店39、サービス店19、その他57)
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	会社員、学生・若者、家族連れ

キーパーソンからのコメント

下通繁栄会
事業部部長 長江 浩史



511m商店街の難しさ

下通は511mという長い通りです。そこに商店主が居る地元商店もあれば、ナショナルチェーンやオーナー不在のテナントも混在します。そんな環境の下、様々なイベントや事業の種類問わずに共通するのが、周知徹底の難しさです。このような店舗が増えると、何をするにも本部決裁を仰ぐ必要があり、時間を要します。つまり、下通として足並みを揃えるのが難しいということです。しかし、地道な打開策も同時に展開しており、それが、青年部が中心となって地域としてのコミュニケーションを図ることです。近隣の店舗同士が仲良くなれば、そこから情報の輪を広げることができます。事の大小に限らず、そういった地道な努力が必要であると、改めて感じています。

これからのコミュニティへ伝えること

様々な事業を構築してきましたが、その1つ1つをマチナカのインフラ整備として取り組み、お客様を迎え入れる準備は徐々に整ってきたと感じています。今後はその1つ1つをツールとして、如何に各組合店の売上につなげるかに限ると思います。いま我々は商店街の枠を超えた会合や勉強会を開いており、そこで聞こえてくるものや感じたことを前述の課題に当てはめてみると、意外に我々がしなければならぬことが見えてきます。

つまり、既に次のステップに向かって歩んでいるのです。そのことを、我々はもちろんですが、築き上げる途中のコミュニティの中で伝え、組合店の売上増加、そして下通商店街の繁栄につなげていきたいと考えています。

商店街概要

下通繁栄会のある下通一帯は、もともとは加藤清正が熊本城の東側に作った武家屋敷と言われ、城下町として栄え400余年の歴史がある。道幅約15mの全蓋型アーケードを有する商店街で、近隣には官公庁や企業などが立地しており、地域経済の中心として発展してきた。下通を含む熊本市中心商店街へは、熊本市内だけでなく、市外からも買物や飲食のために来街するほか、アジアや欧米各国からの観光客も増えている。そのことを踏まえ、当商店街は、近隣の商店街とも連携し独自のイベントを実施するなど、商店街振興に取り組んでいる。