

柳ヶ瀬商店街

(岐阜柳ヶ瀬商店街振興組合連合会)

岐阜県岐阜市

インバウンド

地域課題対応

若手・女性

生産性向上

ポイント

顧客・店主の高齢化が進む中、若者・女性層を中心とした新規の顧客づくりとともに、商店街での新たな出店を促す仕組みを展開。

基本データ

所在地	岐阜県岐阜市柳ヶ瀬通
人口	約 41 万人（岐阜市）
電話/FAX	058-262-6261 / 058-262-6264
U R L	http://www.chuokai-gifu.or.jp/syouten/s_yanagase.html
会員数	242 名
店舗数	232 店舗（小売業 95 店、飲食業 76 店、サービス業 27 店、金融業 1 店、不動産業 2 店、医療サービス業 2 店、その他 29 店）
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	主婦、家族連れ（親子）/30 歳代、60 歳代

商店街概要

柳ヶ瀬商店街は岐阜を代表する繁華街として、昭和 30 年代後半から 40 年代、にぎわいと人出のピークであった。300m × 300m の四角形の広域型商店街であり、アーケードを持つ 8 つの商店街組織から構成されている。最盛期には、各種小売店や飲食店が軒を連ね、映画館などの娯楽施設もあることから市内外の多くの人々が利用するほか、「柳ヶ瀬ブルース」のヒットにより全国的な知名度も得ていた。しかし、近年は郊外型大型店の出店や、常連客の高齢化により来街者の減少が続く。現在は世代交代などにより再生路線を推し進め、若者世代の誘客につながる新しい取組を始めるなど商店街に変化の兆しが見え始めているところである。

取組の背景

新しいマーケットづくりが必要

柳ヶ瀬商店街は、郊外型商業開発や EC サイトなどの消費スタイルの変化に対応できず、衰退傾向が止まらなかった。また、イベントによる活性化策も一時的な集客にしかつながっておらず、若者世代の来街者の減少に対応した新しい活性化が喫緊の課題となっていた。

その一方で、製造小売店や個性的な商品を扱うセレクトショップに若年層を中心にした集客傾向があることに着目。新規のファンづくりと老朽化したビルの利活用のため、クラフト作品やオーガニック食材などに興味のある若い女性をターゲットとした。

市民のニーズ調査でも、若年層の女性を中心として、柳ヶ瀬商店街で購入したい商品として「そこでは買えないもの」との声が多数上がっていた。こうした現状を踏まえ、柳ヶ瀬に個性的な新しいマーケットをつくり、新規創業者を誘致し、さらには遊休不動産へ定着させることが活性化の第 1 歩であると考えていった。

取組の内容

個性的なイベントやインキュベーション事業により若者・女性層の取り込みへ

市民ニーズ調査の結果を踏まえ、新規顧客層を開拓するため、20 代から 40 代の女性客層をメイン

ターゲットに絞った「手づくり」と「こだわり」の詰まったライフスタイルマーケット（マルシェ・定期市）を行う「サンデービルディングマーケット」（以下、「サンビル」という）を平成 26 年 9 月から毎月第三日曜日に開催。サンビルは、アーケード下を出店会場とするイベントであり、新規顧客層を開拓するとともに、集まったマルシェ出店者を柳ヶ瀬地区の空き店舗に新規出店するように促す新しい取組である。現在の「サンビル」の出店者数は当初の約 50 店舗から、約 140 店舗まで増加している。



「サンデービルディングマーケット」で賑わう商店街

さらに、そのステップアップ事業として、「サンビル」をベースに商店街活性化、特に空き店舗対策に向けて一步進化させた、新規出店者インキュベーション事業「ウィークエンドビルディングストアーズ」（以下、「ストアーズ」という）を平成 27 年 11 月から開始した。「ストアーズ」は、商店街内にあるビルの空き区画を活用し、チャレンジショップとして出店希望者に週末を中心として期間限定で貸し出す事業であり、常に人の訪れる空気感を持った空間

を提供することで、店舗への新規出店を促している。



「ウィークエンドビルディングストアーズ」(チャレンジショップ)

そのほか、小学校や親子連れを対象に商店街の特徴や魅力を体験・理解するための社会見学として、「柳ヶ瀬商店街探検隊」を実施しており、小学生との交流による商店街のファンづくりも進めている。

さらに、中心市街地活性化アドバイザー、(一財)岐阜市にぎわいまち公社とも連携し、若手店主を集めて、各事業による集客効果や商店街の活性化について議論する「コア会議」を定期的開催。副理事長(女性)や建築士(女性)、岐阜市、大学教授、銀行、経済産業局なども同会議に参画しており、多様な主体の連携がある。今後は増加するインバウンド対応のため、ニーズ調査を実施する予定だ。



社会見学「柳ヶ瀬商店街探検隊」

取組の成果

若者層の集客が定着

「サンビル」は、50 店舗の出店者数で始まったが、現在では約 140 店舗に成長したことで集客や認知度において東海地区有数の定期市となっている。「ストアーズ」については、開始から 5 か月で延べ出

店店舗数 10 店、出店日数 100 日となり、この企画が中心商店街再生に有効であったことがうかがえる。

「サンビル」や「ストアーズ」では出店者にヒアリング調査を実施しており、創業希望者を商店街内の空き店舗への新規出店につなげられるよう、岐阜市にも調査結果の共有を行っている。平成 26 年 6 月時点で商店街内に 32 店舗あった空き店舗が、平成 28 年 6 月現在では 26 店舗に減少するなど商店街での出店も着実に進んでいるところだ。

平成 27 年度には中心商業地再生に向けたニーズ調査、マーケティング調査などを実施。その結果から若者層の集客が定着してきている現状を受け、エリア再生加速化に向けた新しいプロジェクトの検討が今後重要であると結論づけた。

実施体制

「サンビル」などの事業については商店街と外部の有志で実行委員会を組織し、実行している。有志には、柳ヶ瀬を含む周辺エリアのショップ経営者やデザイナー、(一財)岐阜市にぎわいまち公社や中小機構のアドバイザーも参加しており、商店街スタッフに対するクリエイティブな思考や専門的なアドバイスのにより、さらなる活性化を図っている。商店街の事業委員長には 40 代の若手女性を抜擢し、これまでにない 20 代から 40 代までの女性客層に向けた事業を行うことができています。また、商店街の今後のビジョンに関する会議も行われており、大学と連携した取組も商店街内で展開されている。

また、「サンビル」や「ストアーズ」は岐阜市中心市街地活性化基本計画に掲げられており、市とも連携を密に図っている。

キーパーソンからのコメント



岐阜柳ヶ瀬商店街振興組合
連合会
理事長 林 亨一(右)
事業委員長 岡田 さや加
(左)
株式会社ミヨキデザイン
取締役 大前 貴裕
(「コア会議」のメンバー
(中央))

複数のプレイヤーが繋がって新しい動きに

動ける若い店主を増やすことが最終目標！ そのためには一般向けの集客イベントから、ターゲットを絞った、新しいファン・顧客を創出する取組へ変える必要がありました。商店街(オーナー)×実業者(テナント)×専門家(プロデューサー)、3つの異なった立場の者が連携したことで生まれた新しい取組をみんなに理解してもらうには、まず 1 回やってみることでした。

商店街を若い人の創業の場へ

新しいお客さんに来てもらうために、

まず種まきをして、大事に育てて、実がなるまでには時間がかかります。直接個店の売上に繋がる取組ばかりに目が行きがちですが、この様な取組をやっていかないと新しいファンを創出することはできません。

ここ数年は個性的な経営者、特に女性や若い人が新しく店舗を構え、変化が少し見えるようになってきています。地元の事業者と専門家が、遊休不動産を活用して新しい商いを生む事業者を集め、まちの再生を目指す民間会社も立ち上がりました。お店を始める場として選んでもらえる商店街を目指します。