

龍ヶ崎本町商店街

(龍ヶ崎市商工会)

茨城県龍ヶ崎市

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

『まいんコロッケ』をアピールし、コロッケの聖地として回帰をめざす。
そして、常に効果の検証と改善に注力。

基本データ

所在地	茨城県龍ヶ崎市上町
人口	約 8 万人（龍ヶ崎市）
電話/FAX	0297-62-1444 / 0297-64-0645
URL	http://www.ryugasaki-shoko.com
会員数	128 名
店舗数	160 店舗（小売業 88 店、飲食業 13 店、サービス業 37 店、金融業 7 店、医療サービス業 3 店、その他 12 店）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	高齢者、主婦 / 60 歳代、70 歳代以上

商店街概要

龍ヶ崎本町商店街は、明治時代に開通した関東鉄道竜ヶ崎線竜ヶ崎駅から東に約 1.8km にわたり形成されている。商店街内には、薬師堂・八坂神社・竜泉寺などの古い寺社があるほか、国の登録有形文化財に登録された豪商「小野瀬家」の店舗兼住宅などが残されている。江戸時代以前から商業都市として栄えたことから、商業と歴史が融合した情緒ある街並みが特徴的である。

昭和 50 年代までは、近隣市町村からの買い物客で賑わいを見せていたが、郊外型大型店舗の進出などにより、段々と客足が遠のいていった。一方で、商店街を構成する商工業者にも高齢化や後継者不在による廃業が進んでいる。

取組の背景

販路維持と高齢者の生活環境改善へ

自家用車の普及と、郊外型の大型チェーン店の進出により近隣住民の商店街離れが進み、商店街を構成する商工業者の経営を大きく変化させた。顧客離れによる売上の減少が経営難を招き、多くの商工業者が廃業し、商店街全体の衰退が始まっていった。この負の連鎖を止めるためには、商店街の認知度を維持し、消費先の選択肢の一つとして常に認知され続ける必要がある。そのために、まず情報発信を強化し、来街者数の維持・増加を図ることが第一の課題となった。

また、市民アンケートでは買い物弱者への対応やコミュニティ機能を求める意見が多く、住民の高齢化が急速に進むなかで残された高齢者の生活環境を改善するための取組である買い物弱者対策事業、コミュニティ機能の創設が第二の課題となった。

一方で、商工業者の高齢化・後継者不在による廃業も目立つ。新たな商工業者を誘致するなど常に新しいサービスの取り込みも重要であった。

取組の内容

『まいんコロッケ』をアピールし活性化へ

第一の課題である販路維持・拡大における目標は、商店街の認知度を上げ離れていった顧客を呼び戻し、消費活動を活発にさせることであった。そのた

めの手段として地域グルメの活用を計画。平成 12 年 6 月から始まった龍ヶ崎市商工会女性部有志による『まいんコロッケ』の販売に着目し、「コロッケで街おこし」を打ち上げた。活動拠点を商店街内に置き、「コロッケの街・龍ヶ崎」を広くアピールし、市内のみならず市外・県外からも商店街への顧客の呼び込みを図った。

第二の課題にあったコミュニティ機能の強化に対しては、市民相互の交流拠点と創業を目指す人に貸し出し可能なスペースをあわせ持つ「チャレンジ工房どらすて」を設立。毎週火・水・木曜日に商工会女性部有志による『まいんコロッケ』の販売やワンコインランチ、手作り惣菜・朝採れ野菜などを販売することで買い物弱者対策にも着手した。



チャレンジ工房「どらすて」

相乗効果を狙って、商店街で開催する定期イベント「商業祭り（毎年 11 月）」・「まいんバザール（毎月第 1 日曜日）」では、必ず『まいんコロッケ』を販売。平成 15 年 1 月には、市内のコロッケ取扱店舗が集まり「コロッケクラブ龍ヶ崎」（現在加盟店 18 店舗）を結成した。

商工会女性部有志の『まいんコロッケ』は広く県

内外へと遠征し、様々な地域のイベントへ参加することでPR活動に努めている。その成果もあり、平成25年度に開催した「第1回全国コロッケフェスティバル」では、全国各地から19ものコロッケ販売団体の誘致に成功し、約5万人の来場者で商店街は賑わった。

平成28年の「第4回全国コロッケフェスティバル in 龍ヶ崎」を開催した折には、参加コロッケ販売団体は33にまで増加し、来場者数は7万人を超え、これまでに見たことのない賑わいとなった。現在コロッケ関係諸団体から、龍ヶ崎商店街が「コロッケの聖地」と称されるまでになっている。



「第4回全国コロッケフェスティバル in 龍ヶ崎」開催時の商店街



「第4回全国コロッケフェスティバル in 龍ヶ崎」



『まいんコロッケ』販売風景

取組の成果

イベントなどの効果検証と改善

各種イベントにおいては、消費者アンケート調査や出店者売上調査、イベント来場者数推移の比較検討などを行い、常に効果の検証と改善に注力している。成果としては、「全国コロッケフェスティバル」での参加店舗数の増加（14店舗増）や来場者数の増加（約2万人増）、毎月開催のイベント「まいんバザール」（平成29年3月で計187回開催）での各出店者の売上が堅調に推移していることである。

また、マスメディアを積極的に活用し、全国規模への情報発信を行うことで、市・県内外から来街する顧客が著しく増加していることも大きな成果であると言える。

なお、「コロッケクラブ龍ヶ崎」においては、さらなる加盟店の開拓を続けるとともに、イベント以外での各加盟店の売上推移の分析や売上のさらなる増加に繋げるための新たなコロッケの開発、販売促進、販路拡大を検討している。接客マナーなどの勉強会なども開催し、常に研鑽を怠らない努力を続けているところだ。

実施体制

財政面においては、自治体からの補助や商工会からの助成などを活用することで運営の安定を図っている。

県内外でのPR活動となる各種イベントに関しては、各地域の自治体・商工団体などとの連携を図り、出店誘致や情報の提供に協力してもらっている。また、一般社団法人日本コロッケ協会とも連携を図ることで、龍ヶ崎コロッケの全国展開にも着手している。

近隣イベントにおいては、自治体、商工会、商店街、地域団体などで構成される実行委員会を設置することで、事業の円滑運営と、公平性を保っている。

そのほか、人員面においては商工会に専従の臨時職員を配置しつつ、県内外のイベント出店の際は、市や商工会職員が現場支援に入ることによって人手不足の解消にも努めている。



まいんバザール（毎月第1日曜日開催）

キーパーソンからのコメント



龍ヶ崎まいんコロッケ販売組合 組合長 吉田 京子

龍ヶ崎コロッケの母として

コロッケを手作りする際には、食べてくれる方々のことを思い、常に本物にこだわった味の提供を心掛けてきました。お客様に対しては、女性ならではの物腰の柔らかさで、常に「おいしいですか?」と問いかけることで多くのファンを作り、持ち前の粘り強さとコロッケを買いに来てくれる方々の喜びの笑顔を活かに頑張りつづけました。継続は力なり。今では地元だけでなく、遠方からいらっしゃった多くの方々からも多大なるご支援をいただいております。

コロッケの街、龍ヶ崎の未来のために

「子どもたちに揚げたてのコロッケを食べさせたい」と、商工会女性部の有志が集まって始まった『まいんコロッケ』もはや16年。メンバーの平均年齢が70歳を超えた今、この年齢になっても生き生きと働けることに感謝しつつも、後継者という意味では頭を悩ませざるを得ません。この先に継承していくためにも、いかに若者を取り込んでいくか、良い後継者の育成が重大かつ緊急な課題であると考えています。