

# 神立商店街 (神立商工振興会)

茨城県土浦市

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

若手会員のアイデアを積極的に採用し地域イベントを連続開催。  
コミュニティ活性化で住民の満足度も向上！

## 基本データ

所在地	茨城県土浦市神立中央
人口	約 14 万人 (土浦市)
電話/FAX	029-822-5200 / 029-822-5450
URL	http://kandatsu.org/
会員数	122 名
店舗数	120 店舗 (小売業 25 店、飲食業 34 店、サービス業 22 店、金融業 5 店、不動産業 5 店、医療サービス業 5 店、その他 24 店)
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	主婦、サラリーマン / 40 歳代、50 歳代

## 商店街概要

常磐線神立駅周辺は 1960 年代に大手企業の大工場が進出する中、相次いで工業団地が整備されたことで工場従業員とその家族を中心に住民が増加。これら住民の生活需要に対応した小売店、飲食店、生活関連サービス店が急増し、1980 年代には常磐線沿線でも有数の商業・サービスの集積が形成されたことから、1987 年に商工業者の経営の改善と発達、地域社会の福祉増進と活性化を目的として神立商工振興会が設立された。しかし、2000 年代に入り大手工場では人員整理が行われ、駅周辺地域でも大規模社宅が廃止されるなどの変化が生じたことから、神立地域も域内店舗数の減少などその影響を受けつつある。

## 取組の背景

### 地域コミュニティの活性化が課題

現会長が就任した平成 22 年に土浦市が実施した「市民満足度調査」で、神立地域は「住居環境が比較的良い」が 59.6%、「買い物が便利」が 56.3%と基礎的生活環境は高評価ながら、「地域コミュニティが良い」が 17.2%と地域住民の交流に関する評価が低いことが判明。企業城下町型の地域であることから、転勤などにより人の転入・転出が頻繁で、住民相互の結びつきが弱いことが理由であると考えた。さらに、調査では行政の施策への満足度として「中心市街地のにぎわい対策」が 55 項目中最低であったことにも着目し、対応策として「神立から元気発進！」を合言葉に住民参加型のイベントを連続的に開催することによって、商店街が地域住民の結節点となり、地域コミュニティの活性化を図ることとした。加えて、SNS などを活用し商店街の活動状況を積極的に発信することによって、住民から「顔の見える」商店街づくりを目指していった。

## 取組の内容

### 若手中心にユニークな事業を展開

商店街の運営方針として、コミュニティ活性化に向けたイベントの開催や、SNS などを活用した情報発信の責任者および担当者に会員の若手経営者メンバーを積極的に登用。若手ならではの柔軟な発想

を活かして次の事業を実施しており、各事業の内容も毎年リニューアルすることで、地域住民の参加も年々増加している。

#### ●フェスティバル神立

地域の賑わいづくりを目的に開催。例年新企画を打ち出すことで来場者が増加しており、平成 27 年は「高校生文化祭甲子園」と題し近隣の高校生が文化祭で披露した歌やダンスを再演し会場を盛り上げ、平成 28 年は「クッキング甲子園」として、県立土浦湖北高校、私立霞ヶ浦高校と商店街会員企業のコラボレーションによるオリジナルスイーツを提供し好評を得た。



神立から元気発進！



盛り上がる「フェスティバル神立」



「クッキング甲子園」に参加する高校生

#### ●「『囲』酒屋 神立」ドリンクラリー

割安のクーポン券で飲食店をはしごする「まちバ

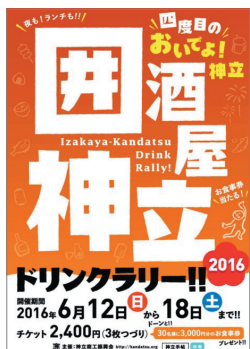
ル」として開催。参加店舗は約30店でランチタイムの営業も対象とすることで、地元主婦層からも好評。

### ● JR 神立駅とのコラボレーション

年々乗降客数が減少する神立駅を住民に親しまれる場所とするため、平成27年の駅開業120周年にちなみ、商店街と同駅の共催で市民から募集した昭和以前の写真で駅の歴史をたどる展示会「神立メモリーズ」や、市内の小学6年生が未来の神立駅をテーマに描いた絵を展示した「未来の駅絵画展」を開催。

### ● 「神立手帖」による情報発信

商店街会員の事業紹介や、地域の防災・生活関連情報を1冊にまとめた「神立手帖」を作成し無料配布。デザインが好評で広く地域住民に利用されており、同じデザインでWeb版「神立手帖」も公開。ブログ、ツイッター、フェイスブックと連動させタイムリーに情報発信するとともに、動画配信サイトによる動画配信（飲食店の名物紹介、神立テーマソングの配信など）も行うことで「顔の見える」商店街づくりに効果を発揮している。



ドリンクラリー「井酒屋神立」



「神立手帖」表紙のデザイン

## 取組の成果

### 地域コミュニティに対する市民満足度が向上

平成27年に土浦市が実施した直近の「市民満足度調査」では、神立地域における「地域コミュニテ

ィが良好」との評価は、平成22年調査時の17.2%から29.2%へと大幅に改善した。

商店街では継続してきたコミュニティ活性化に向けた活動が一定の効果を発揮しているものと分析している。

一方で、調査では行政の施策への満足度として「中心市街地のにぎわい対策」が、平成22年調査時の55項目中最下位の状況から、平成27年調査においても依然最下位と改善があまり見られない。

そのため商店街では、地域住民における神立地域のまちの賑わい自体への満足度はいまだに低いと見ており、今後は地元土浦市のみならず、隣接するかすみがうら市とも連携しながら地域の賑わい創出に向けた各種事業をこれまで以上に積極的に展開する方針である。

## 実施体制

平成27年に神立地域の飲食店約20店で構成される「神立料飲組合」が合併したことにより、神立商工振興会の会員数は122事業者となり、神立地域の多くの事業者をカバーする状況となっている。現在、会長、事務局の下に7つの事業部・委員会が置かれ、4名の副会長・14名の常任理事により、各種事業が計画・実施されている。また、地元商工団体である土浦商工会議所、かすみがうら市商工会との関係は密であり、事業の実施に当たっては連携が図られている。

自治体との連携については、土浦市のほか、近年はかすみがうら市との協力関係も強化しており、行政区域を跨いだ柔軟な事業展開を可能としている。

なお、主な財源は会員からの年会費および事業費収入であり、商店街の事業は原則的にこれら自主財源の範囲で行うこととしている。

## キーパーソンからのコメント



神立商工振興会 会長  
君山毅

### 神立から「元気」を発進！

神立地域は、大手建機メーカーなどの大規模工場の「城下町」として発展を遂げてきましたが、リーマン・ショック以降は、企業だけでなく住民の皆さんも元気を失いかけていました。そこで、神立が元気になるような企画を次々と打ち出し、その情報を積極的に発信してコミュニティを活性化させることが、日頃この場所で商売をさせてもらっている我々商店街の使命である、と繰り返し会員を説得しました。

### 未来を担うリーダーを育てる

会員となっている店舗や企業の多くで、経営者が世代交代の時期を迎えています。若い経営者には、未来の神立を担うリーダーとしての自覚や才覚を持ってもらいたい、そのような考えから商店街では若手の意見を頭ごなしに否定せず、具現化できるよう皆でフォローすることを心掛けてきました。コミュニティ活性化に向けた各種事業の企画を通じて若手会員たちが切磋琢磨することで、経営者として必要な公共心やリーダーシップが培われていると実感しています。