

柏銀座通り商店街

(柏銀座通り商店会)

千葉県柏市

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

「食」をキーワードとした新たな回遊イベントを企画し、若手飲食店オーナーたちが成果をあげる。

基本データ

所在地	千葉県柏市柏
人口	約 42 万人 (柏市)
電話/FAX	04-7164-6431 / 04-7167-0678
URL	http://www.soraichi.info/
会員数	94 名
店舗数	109 店舗 (小売業 15 店、飲食業 44 店、サービス業 12 店、不動産業 6 店、医療サービス業 4 店、その他 28 店)
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	サラリーマン、学生・若者 / 40 歳代、30 歳代

商店街概要

柏銀座通り商店街は、結成してから 60 年以上の歴史があり、現在 94 店舗の会員を擁する市内でも有数の商店街である。JR 柏駅東口から商店街の入口にある「柏神社」までは徒歩 5 分程度という利便性もあり、古くから駅周辺の地域住民の買い物需要も満たしつつ、周辺地域からの参拝客からも支持を得て発展してきた。

近年では、行列のできる飲食店が数多く立地したこともあり、和・洋・中が全て揃った市内でも随一の「グルメ通り」としても親しまれており、周辺住民だけでなく、駅前の事業所に勤務するサラリーマンや OL、学生など幅広い客層の外出需要を満たしている。

取組の背景

ファミリー層や若者層の取り込みが課題

百貨店や大型スーパーが多く立地する柏駅東口エリアで、駅利用者や駅前事業者、近隣住民を対象とした物販中心の商店街として大型店と共存してきたが、近年は郊外型大型店の出店やネット購買の勢力に押され、さらに店主の高齢化などで物販店舗の減少が課題となっていた。

ここで、商店街が引き続き柏駅周辺の賑わいの中核として機能するためには、店舗所有者の協力のもと、新たに新店の若手経営者が商店街活動へ参画することが不可欠である。若手経営者が中心となり新たな賑わい事業の創出を企画・運営に携わることで商店街の新陳代謝を加速し、新規出店者の多くが「個性豊かな飲食店」という強みを生かした回遊イベントを実施することで、郊外型大型店やネット購買で流出した 30 代・40 代のファミリー層や 20 代などの若者層を取り込んでいくことを目指していくこととなった。

取組の内容

若手飲食店の店主達为中心となり「空市」を実施

「個性豊かな飲食店」であることを生かすため、「食」をキーワードとした新たな回遊イベントを実施することが決定。「街バル」「ちょい飲み」として各地で催される飲食系の回遊イベントとの差別化を

図りつつ、商店街のもつ夕方から夜間の集客力をどう昼間の賑わいに結び付けていくかが、若い商店街メンバーに課された重要なミッションであった。

そこで、和・洋・中の様々なジャンルの個性豊かな地元店が集積する商店街の特徴を生かし、統一したテーマや食材を設定した、食の回遊イベント「空市」を企画した。参加する店主が同じ条件のもと、創意工夫が生まれやすい仕組みを整える一方で、イベント来場者には同じ食材が様々なバリエーションの創作料理に変化することを楽しんでもらう企画に仕上げた。合わせて開催時間を通常飲食店の営業が少ない日中とし、通りを歩行者専用道路とすることで、ファミリー層や若いカップルが回遊しながら安心して食べ比べができるように配慮した。



美食と人情でおもてなしする「空市」



「空市」参加店にできる長い行列

また、イベントが回数を重ねてもマンネリ化しないよう、参加店が出店費用としてイベント費用の一部を負担する代わりに、売上は全て参加店の収入になる仕組みとすることでやる気を引き出していった。

告知チラシのデザインについては新たなターゲットとして期待するファミリー層や若者層に興味をもってもらうよう、地元の若手デザイナーや女性メンバーの意見を採用した形でデザインし、当日の提供メニューを前面に打ち出したインパクトのある内容とした。メニュー考案の過程についても若い店主が自ら SNS で発信し、参加者の期待感の高揚につなげた結果、20代から40代までの集客に成功しており、駅前エリア全体への波及効果の高い事業へと発展している。

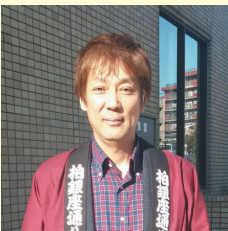
これらはまさに、若手飲食店オーナー達が中心となって取り組んだ成果である。

取組の成果

検証会を経て使用食材のトレーサビリティを

「空市」イベント実施後には、毎回商店街全体での検証会を実施している。そこで取り組んだのが「使用食材」へのこだわりである。元々毎年テーマとしてきた「常陸牛」は隣県の茨城県が誇るブランド牛であり、多くの料理人も認めるこだわりの食材をイベント来場者へお得感のある価格で提供することにより、「空市」のブランドイメージを高めている。その鍵となる「常陸牛」の確かな品質を消費者に提供するためにも、食材を供給する「茨城県常陸牛振興協会」が推薦する問屋からの納品書を参加店に課している。このような食材へのこだわりが、結果として「地産地消」にも発展しており、参加店の中には積極的に地元産の野菜を使用する店が増えてきており、新たな効果を生み出している。

キーパーソンからのコメント



柏銀座通り商店会
会長 濱名 登喜彦

「空市」開催にあたって心がけていること

歴史がある商店街ゆえに世代交代が遅れていたが、設立60周年を機に前会長より打診があり、青年部が立ち上がった。協力してくれるメンバーを集めることが大変で、とにかく顔を出してもらうことを大切にしてきました。

「空市」の開催に当たっては、食の安全・歩行者の安全に対して行政などから厳しい指導がある中、地域に末永く愛されるイベントとして定着させるために、妥協しない管理体制と参加店舗の意識の共有に努めています。



「空市」で「常陸牛を食べず」



「空市」で「丼を食べず」

実施体制

「空市」イベントの大きな特徴は路上販売である。料理人が店舗前の路上で販売し、来場者と接することで昼間時間帯での通りの賑わいを生み出し、通常営業での新規顧客の獲得にも効果を上げている。

なお、路上販売に当たっては道路占用および道路使用を管轄する警察署をはじめ、火気使用に当たっては消防署、食材の管理方法に当たっては保健所など関係機関との事前協議を綿密に行うことで、安心安全も担保された幅広い客層が楽しめるイベントとして確立することができている。結果として、安心安全への配慮に加え、市内外からの集客および市のイメージアップにも繋がるものとして市が後援するイベントとなっている。

愛される商店街としての今後の取組方針

「空市」を通して柏銀座通りを知ってもらった家族連れのお客様にランチの提供などができれば、昼間の賑わいにも繋がっていきと考えています。また飲食だけでなくお買い物の場としても楽しんでもらえるように、魅力的な物販店舗の誘致にも取り組んでいきたいと考えています。

商店会事業を通して、若い経営者がどんどん育ってきているので、執行部としても次世代に向けての架け橋になれるよう取り組んでいきます。