

サンロード新市街

(熊本市新市街商店街振興組合)

熊本県熊本市

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

「時間をあそぶ」をコンセプトに商店街で遊び空間・学びの場を提供。
幅広い世代の認知度向上を図り商店街利用につなげる。

基本データ

所在地	熊本県熊本市中央区
人口	約 19 万人 (熊本市中央区)
電話/FAX	096-356-3877 / 096-356-3986
URL	http://www.shinshigai.com/
会員数	42 名
店舗数	42 店舗 (小売業 8 店、飲食業 13 店、サービス業 10 店、不動産業 1 店、医療サービス業 1 店、その他 9 店)
商店街の類型	エリア価値向上型
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

商店街としての歴史は古く、明治 36 年に新市街が完成し、明治末期には軽便鉄道の敷設、専売局・公会堂などの建設により飲食店なども立ち並び熊本有数の繁華街として繁栄。大正初期には映画館が営業開始した。地域住民には「サンロード新市街」の通称で親しまれており、全長約 236 m、幅約 18m の日本一幅の広いアーケードを有している。

バスセンターから約 100 m、市電辛島駅から約 30 m、熊本城まで徒歩 10 分程度と好立地で、西の玄関口を担う。現在の来街者は成人男性が多く、親子連れの来街者は年々減少傾向にある。平成 28 年の熊本地震による被害は大きかったが、現在は震災前と同様の賑わいを取り戻している。

取組の背景

結論は「ターゲットを明確に」

サンロード新市街は、熊本有数の繁華街として長らく繁栄してきたが、近年は徐々に通行量が減少、半径 2km 圏内のバスセンター・商業施設・駅ビルの再開発などへの具体的な対策も打てておらず、後継者育成、組合組織と組合員の連携強化、アーケードの活用、店舗の認知度向上など様々な課題を抱えていた。

商店街として次の一手をどう打ち出すべきか、事業部、青年部、商店街組合員、外部団体で検討した結果、ターゲットを明確にしたうえで今までにないイベント事業を実施するという結論に行き着いた。その中で、将来にわたり商店街を存続させるため、組合組織の活性化や若手の育成、組合員が商店街事業に携わる方法を検討していくとともに、当商店街の特徴である幅の広いスペースを活かせるイベント事業を募集・誘致することとした。

取組の内容

子ども・若者向けの取組でブランディング化

商店街では、商店街コンセプトを「時間をあそぶ」と定め、事業部、青年部、商店街組合員、外部団体が協力しながら滞在時間を増やすための事業を展開中。ターゲットを子どもに定め、子ども向けイベントを平成 28 年から年間通して開催している。

「子どもミニ遊園地」は、商店街にミニ新幹線やバッテリーカーなどを設置し昭和のころの百貨店の屋上遊園地を再現する企画。「子ども夜市」は民間学童保育施設と連携したイベントで、夏休み中の 2 週間にわたって開催。子どもの悩みの種である自由研究を商店街で完結させられるよう、スライム作りや VR 体験ができる。また、「子ども商店街」では、子どもたちが店主となり、この日のために作成した商品などをイベント仮想通貨「ルド」を使って来街者へ販売。「子ども運動会」は、東部地域総合型スポーツクラブと連携し商店街内を運動場と想定して、赤・白のチームに分け勝敗を競い合ってもらう。

イベント後の調査結果では、「また参加したい」などの声が 80 ~ 90% あり好評なほか、店舗の認知度なども少しずつ向上している。

平成 29 年には、地元信用金庫と連携した地方創生・雇用創出・子ども育成のためのプロジェクト「お仕事体験イベント」を開催。子どもをターゲットにしたこれらの取組は、これからを担う子どもたちに特徴ある商店街を遊び空間や学びの場として提供しており、来街機会の創出、親や家族の認知度向上・滞在時間増加につながっている。また、「サンロード新市街=子ども」のイメージがつくことで、新市街のイベントブランディング化も進んでいる。

これらイベントのほとんどで、熊本県立大学学生、熊本中央高校学生のボランティア支援を受けている。また、ステージイベントの出演者などは地元元

ジオ局や SCB 復興期支援プラットフォーム親子キャラバンから協力を受けている。

また、一般社団法人ボイスアクションと開催していた声優コンテスト熊本大会を格上げし、「声優魂九州大会」として開催。熊本地震復興支援コンサート委員会と「高校生による復興支援チャリティコンサート」も主催するなど、夢がありこれからの熊本を担う若者世代を様々な形で応援している。

商店街は月に一度「新市街まちなか会議」を開催しており、このような子どもを対象としたイベントを今後も継続的に開催することを決定している。



「子ども夜市」スライム作り



「子ども商店街」

取組の成果

各個店のさらなる認知度向上を目指す

「子どもミニ遊園地」「子ども夜市」「子ども商店街」「子ども運動会」の効果検証として、各イベントで来

街者、参加者へのアンケート調査を毎回実施している。イベントによって異なるが、約 2,000 ～ 2,800 人程度の親子が参加しており、テレビや新聞で取り上げられたことで商店街の PR にもなった。

今後も子ども向けイベントへの期待は高く、各商店の協力も増加したが、商店街の各店舗についてはまだ認知度が高いとは言えないとの結果が出ている。各個店を知るきっかけ作りや店主とのコミュニケーション方法、商店街へ再び来たくくなるような仕組み作りなどを検討していく予定だ。

また、トイレや授乳場所、おむつ交換台などの環境整備、待ち時間を商店街で過ごせる仕組み作りなども今後実施していく必要がある。合わせて、イベントへの協賛、協力、後援など各イベントにつながる協力者を増やしていく工夫も求められている。

実施体制

企画の立案実施は事業部・青年部（女性含む）が事業委員会の場で連携し行っている。また、商店街の意識改革の一環で、商店街の将来のために青年部を中心とした「新市街まちなか勉強会」という他団体との意見交換会も開催。この勉強会には専門の人材アドバイザーや外部団体、企業、学校、組合員が参加しており、イベントの質の向上・商店街の活性化など、常に今の課題を抽出し検討をしている。

財源については協賛企業を募っているほか、地域のコミュニティ団体や学生と連携をとりボランティアを依頼。常に 30 名ほどのボランティアスタッフがイベントに協力している。また、市や県の商工振興課はもちろん、中心商店街連合協議会、商工会議所など、様々な団体との意見交換や提案などを受けながら事業を推進している。

キーパーソンからのコメント



熊本市新市街商店街振興組合
理事・青年会イベントリーダー
安田 征司

笑顔はぐくむサンロード新市街!!

新市街では、商店街のコンセプトを「時間を遊ぶ」と設定し、親子を対象としたイベントを積極的に行っています。

夏実施の「子ども夜市」では、ものづくりや実験が楽しめる自由研究コーナーに多くの子どもたちが参加しています。

秋開催の「子ども商店街」では、子どもたち自らが店の店主となり、持ち寄った商品を販売しています。日ごろなかなか経験できない商い活動を通して、商品が売れた時の達成感を感じながら、生き生きと活動しています。

これからの商店街を担う子どもたちのために

平成 31 年の桜町再開発の完成により、新市街周辺の通行量は大幅な増加が予想されます。それに伴い新市街商店街では、来街した子どもたちが商店街に親しみを持ち、将来アーケード内にお店を出したいと思ってもらえる街づくりを目指しています。トイレや授乳室、託児所などの施設整備を充実させ、安心して過ごせる環境づくりにも努めています。

今後も、来街者の声を大事にしながらか街の活性化や各個店の売り上げ増加につながる活動を続けていきます。