

ここに注目！ **地元大学や地域住民の参画を促し、
地元で支持される商店街を確立する。**



ポイント

「未来創生事業委員会」を設置し、各事業の企画、推進にあたっている。委員会には「スキルアップ」、「イベント」、「ギャラリー・カフェHP」のプロジェクトチームを置き、個店、地元有志、地元大学と連携し新事業に取り組んでいる。

特筆は、ギャラリー・カフェに地域住民と商店街が共同して、地元の歴史的・文化的遺産である山車「火焰太鼓」を復元・展示したことである。これにより地元の歴史資源を地域が一体となって保存する意識が高まった。各種事業により、これまで減少傾向であった歩行者通行量が、平成21年度比2.5%上昇するなど成果を上げている。

[商店街概要及び取組の背景]

居住者への意識調査の実施

昭和41年に「オリオン通り商店街」を法人化。昭和42年には県内初の280m 全蓋アーケードを設置。中心市街地の2核1モールのモールを担う北関東随一の広域型商店街として活動してきた。

しかし、過去10年間で中心市街地の通行量が半減したことで危機意識が高まり、商店街再生のための計画づくりに着手した。近隣居住者調査の結果、商店街に文化施設や休憩場所の設置を望む声が多かったことから、商店街に賑わいを取り戻すために文化・芸術イベント等の実施及び交流・休憩施設が必要だと分析した。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

地元大学や地域住民と連携

平成22年度に経済産業省の補助金を活用してアーケードを改修。明るくなった商店街の空き店舗を活かし



「宮の市」開催中のアーケード街

平成24年度には、交流・休憩施設「ギャラリー・カフェ」を開設。地元大学や地域住民と連携したイベント(山車の復元やお化け屋敷等)や展示を活発に行い、来場者を確保することで、活気を取り戻している。

この取組の成功を契機に、地域の文化振興に関わることを意識し、さらに地元で支持される商店街を目指している。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

商店街の再認識と期待の高まり

「ギャラリー」については、イベント実施を希望する市民団体等も多く、また、実施した団体からは次回も実施を希望するなど好評であり、特に「火焰太鼓」や「木遣(江戸火消)」など歴史文化に関わるものへの関心が高い。イベント来場者数も目標を上回っており、地域住民や地元組織との連携により地域の中での商店街が再認識され、商店街に対する期待も高まったと言える。

この取組により、平成24年12月に本組合が実施した調査によると、歩行者通行量は平成21年度比で2.5%増加し、空き店舗数は事業実施前の15店から11店に減少している。

また、イベント実施団体及び来場者からヒアリング調査を行い、改善を図るべく努力している。

[実施体制]

歴史的・文化的遺産への支援強化

消費者の今日的志向や接客等基本に立ち返って見直すことによって、消費者の支持を取り戻し、地域間・都市間競争に対応した販売力を持った組合員店舗を養成することを目的として、後継者を中心にスキルアップセミナーを実施している。

また、「ギャラリー」において非営利活動団体「宮のにぎわい 山車復活プロジェクト」と連携し、山車「火焰太鼓」の一部を復元・展示するなど、地元に残存する貴重な歴史的・文化的遺産を理解する機会を創出するための支援を行っている。商店街としては新しい取組であったが、今後とも継続することで地域における商店街の新たな役割が明確化していくものと思われる。

基本データ

所在地：栃木県宇都宮市江野町

会員数：53名

店舗数：65店舗

関連URL：<http://www.orion.or.jp/>



オリオンバザール(フリーマーケットと抽選会)



キーパーソン

宇都宮オリオン通り商店街振興組合
理事長 長島 俊夫

地域での役割をもう一度考える

15年間にわたり、147回を数えた「オリオンナイトバザール(現オリオンバザール)」の実行委員長として商店街活動をしてきましたが、バザールへの出店店舗の減少や商店街通行量の減少など商店街の低迷を肌で感じていました。

平成2年に建替えた全蓋アーケードが老朽化してきたことからリニューアルすることとなりましたが、「アーケードだけでは人は呼べない」との声を受け、集客のためのソフト事業を検討することとしました。

大きなテーマを抱えましたが、まずは近隣の自治会を通じてアンケート調査を実施しました。その結果から、商店街の商業力の低下ははっきりしましたが、それ以外にも施設や催事の必要性を読み取ることができました。

それらを受けて「何をやるか」「商店街の果たすべき役割とは」を探る中で、今まで商業活動以外にも「地域

の中で」或いは「地域の歴史・文化の継承」に関して、商店街の主体的役割があったことに気づきました。

実際、ここにたどり着くまで、所謂、視点を変えて発想することまでには時間を要しましたし、いまだその半ばでもあると考えています。

可能性を信じてやってみること

「ショッピングセンターなどの他の商業集積に対し、中心市街地商店街が優位性を確保するためには」という組合員の共通認識を得ることは難しいことであり、それを継続させることはさらに困難なことです。しかし、集客イベントの成功など、何らかのきっかけがあれば、次は理解を得て参画し役割分担ができるようになります。そこにはある意味「楽しみ」「面白い」ことでそれが共通言語となり次の力となります。まずは商店街組合員が「面白がって」事業が推進できる商店街を目指したいと考えています。

また、複数の商店街の連携組織ができていますが、参加するそれぞれの商店街が特徴を出し、商店街間を回遊できるエリアの構築ができれば、更に面白いことができるだろうとも考えるところです。