

がんばる

中小企業・
小規模事業者

300社

商店街

30選

2014



P.1

がんばる
中小企業・
小規模事業者

300 **社**

P.407

がんばる
商店街
30 **選**

P.475 事業者・商店街一覧表（索引）

P.485 お問い合わせ先

刊行に寄せて



日本経済は、「3本の矢」によって、長く続いたデフレで失われた「自信」を取り戻しつつあります。中小企業の景況感も、製造業で6年ぶり、非製造業では21年10ヶ月ぶりに、プラスに転じました。

これから、景気回復の実感を、全国津々浦々の、地域経済を支えている中小企業・小規模事業者の皆様に行き渡らせていくことが、私の最大の使命です。

皆様が働く現場にこそ、成長の源泉がある。そうした信念の下、革新的なものづくりやサービスに取り組む中小企業・小規模事業者や、地域コミュニティを支える商店街など、活力溢れる現場の頑張りを、広く知っていただくことが重要だと信じています。

このため、2009年を最後に中断していた「元気なモノ作り中小企業300社」の選定を、対象企業をサービス業や小売業などにも広げ、同じく中断していた「がんばる商店街」の選定とともに、このたび復活させることとしました。

今回、本書に掲載された皆様の先導的な取組が広く知られ、後に続こうとする全国の中小企業・小規模事業者、商店街の皆様の励みとなって、経済全体の活性化に繋がることを期待しております。

平成26年2月
内閣総理大臣

安倍晋三

「がんばる中小企業・小規模事業者300社」・ 「がんばる商店街30選」の刊行にあたって



自我作古。

中国の「宋史」にある言葉で、「我より古を作す^{いにしえ}」と訓みます。直面する前人未踏の新しい分野において、自らが集団の中で手本となり、周囲に良き道を示し、礎となるという決意を表しています。

私は、このたび新たに選定させていただいた「がんばる中小企業・小規模事業者300社」と「がんばる商店街30選」の受賞者の皆様に、この四文字を謹んでお贈りいたしました。来るべき時代が求めるのは、この自我作古の精神だと信じるからです。

日本経済は、長引くデフレからの脱却に向かい、行き過ぎた円高の是正も進み、マイナスからプラスに転換しました。今こそ、経済再生の種を大きく花開かせ、景気回復の実感を全国津々浦々に届けるべき時です。

その主役は、新たな道を自ら切り開かんとする気概に燃える、全国385万の中小企業・小規模事業者と、地域を支える商店街の皆様には他なりません。

この冊子には、創意工夫とたゆまぬ努力によって、革新的な製品開発や新しいサービスを創り出した方々、愛する地域の魅力を力強く発信された方々の姿が刻まれています。

選定された方々は、この榮譽も糧として、更なる高みを目指して邁進されることでしょう。そして、ここに掲げる先進的な事例に触発されて、「我より古を作す」気概を分かち合う人々の輪は、全国に大きく広がっていくはずです。

自我作古の精神こそ、日本の未来を切り拓く。

「がんばる中小企業・小規模事業者300社」と「がんばる商店街30選」の選定にあたって込めた、この切なる願いと決意をここに改めて申し上げ、私からの巻頭の言とさせていただきます。

平成26年2月
経済産業大臣

安倍 寛

がんばる中小企業・小規模事業者・商店街

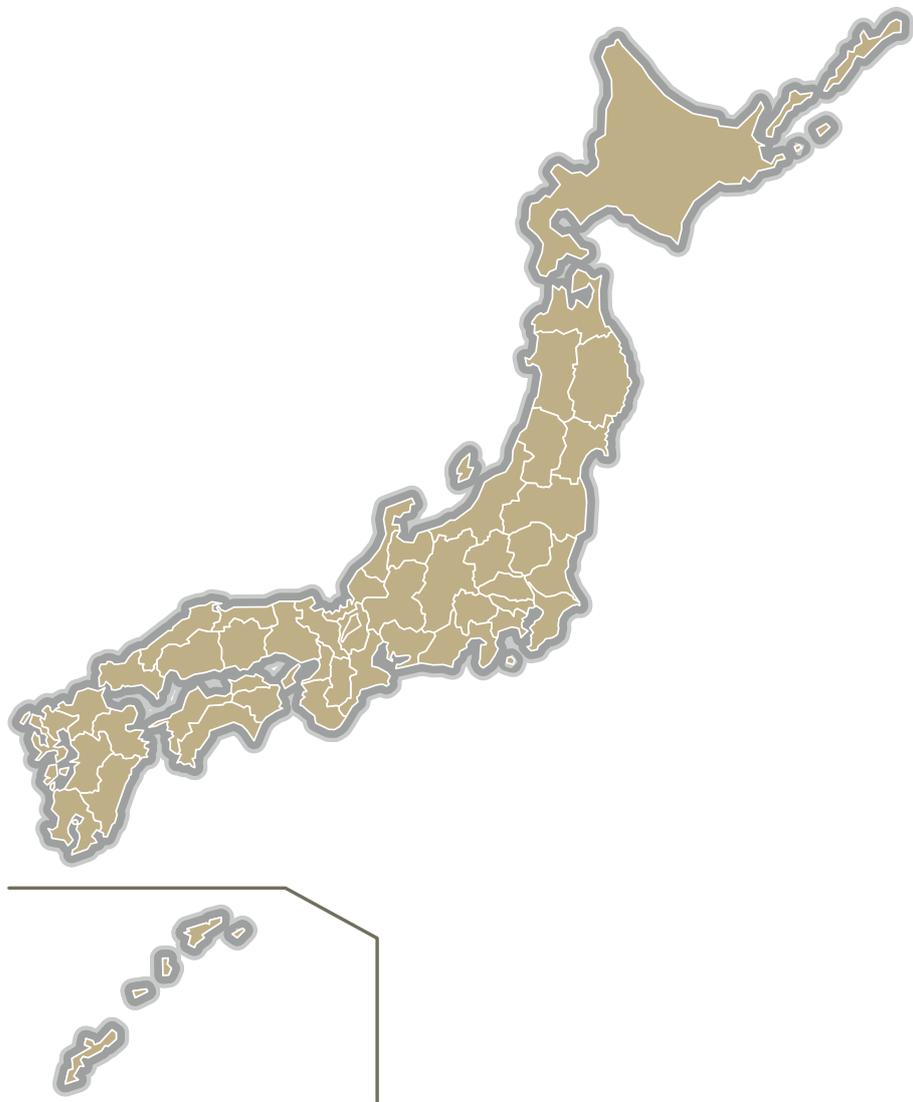
本書は、革新的な製品開発やサービス創造、地域貢献・地域経済の活性化等、様々な分野で活躍している中小企業・小規模事業者・商店街の取組事例を「がんばる中小企業・小規模事業者300社」及び「がんばる商店街30選」として選定し、取り纏めたものである。

事例の収集に当たっては、中小企業基盤整備機構、日本商工会議所、日本政策金融公庫、全国中小企業団体中央会、全国商工会連合会、商工組合中央金庫、全国商店街振興組合連合会のご協力を得て、全国の経済産業局のネットワークも活用し、伊丹敬之委員（東京理科大学大学院イノベーション研究科長）、石井淳蔵委員（流通科学大学学長）を中心とする外部有識者によって厳正に審査いただいた上で、中小企業政策審議会中小企業経営支援分科会（鶴田欣也分科会長）において選定した。

今回選定された300の事業者、30の商店街の取組事例の情報発信を通じて、さらに多くの中小企業・小規模事業者・商店街において、革新的な製品・サービス創造や地域活性化への取組が加速されることを期待している。

なお、本冊子の内容については2014年2月現在の掲載企業・商店街からの情報をもとに作成、編集している。

がんばる 商店街 30選



がんばる商店街30選

選定事例一覧



北海道帯広市

① 帯広電信通り商店街…………… 414

帯広電信通り商店街振興組合

空き店舗を活用し、高齢者・障がい者を支援する事業を展開、雇用創出で効果を上げる



岩手県宮古市

② 宮古市末広町商店街…………… 416

宮古市末広町商店街振興組合

近隣する商店街との連携強化により、各種イベントを開催し、被災した中心市街地商店街の復興を図る



宮城県南三陸町

③ 南三陸さんさん商店街…………… 418

南三陸志津川福興名店街運営組合

震災後に仮設の商店街を立ち上げ、観光客をはじめとし、力強い集客力で復興を牽引している



福島県南相馬市

④ 栄町商店街…………… 420

栄町商店街振興組合

商業集積と居住空間の整備を進め、被災避難者の受け皿として、早期帰還に貢献する



茨城県水戸市

⑤ 泉町二丁目商店街…………… 422

泉町二丁目商店街振興組合

地域ニーズへの対応によるコミュニティ再生と効果的なまちの魅力発信により、中心市街地の活性化を促進



栃木県宇都宮市

6 宇都宮オリオン通り商店街…………… 424

宇都宮オリオン通り商店街振興組合

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



千葉県柏市

7 柏二番街商店街…………… 426

商店街振興組合柏二番街商店会

ハードとソフトの両面をバランスよく刷新し続けることによって
イメージ向上を図る



東京都墨田区

8 下町・人情キラキラ橋商店街…………… 428

向島橋銀座商店街協同組合

古くから地域に根ざしている商店街が、
商店街憲章の制定により、
世代を超えた地域密着の取組を実施



神奈川県川崎市

9 モトスミ・オズ通り商店街…………… 430

モトスミ・オズ通り商店街振興組合

1店1安心事業や防災訓練、救命講習会など、
商店街を挙げて安全安心事業に取り組んでいる



長野県下諏訪町

10 御田町商店街…………… 432

御田町商業会

商店街のおかみさんが創業を志す若者を支援、
空き店舗を活用して新しい価値を創造する



静岡県御殿場市

11 森の腰商店街..... 434
協同組合森の腰商栄会

ポイントカード事業収入で無料宅配事業を実施、
買い物困難地域を解消



岐阜県岐阜市

12 美殿町商店街..... 436
美殿町商店街振興組合

商店街の空きビルを活用し「つくるがある町」を推進、
若手創業を支援し、老舗と協力して商店街を活性化



愛知県名古屋市

13 日比野商店街..... 438
日比野商店街振興組合

地域大学やNPOとの商学連携で、さまざまなイベントを実施、
商店街の活性化事業を推進



三重県伊勢市

14 外宮参道..... 440
外宮参道発展会

地域の資源を再認識してあるべき姿を可視化、
地域と一体感のある商店街を目指す



福井県大野市

15 五番商店街..... 442
五番商店街振興組合

広域に他地域商店街等との連携を強化し、
イベント開催により集客の強化を図る



京都府京都市

16 大映通り商店街..... 444
大映通り商店街振興組合

商店街の空き店舗と地域のお母さんの力を活用し、
交流の場を提供、地域資源の再開発にも挑戦



大阪府大阪市

17 千林商店街..... 446
千林商店街振興組合

商店街の魅力を積極的に情報発信し、
新たな顧客ニーズに対応、持続する商店街を目指す



兵庫県神戸市

18 長田神社前商店街..... 448
長田神社前商店街振興組合

ポイントカードの端数を地域の非営利団体に寄付、
団体間ネットワークの形成で、地域を活性化する



和歌山県御坊市

19 御坊市商店街..... 450
御坊市商店街振興組合連合会

日本一短い私鉄「紀州鉄道」とタイアップ、
補助金に頼らない手法で利用客を“おもてなし”



鳥取県鳥取市

20 新鳥取駅前地区商店街..... 452
新鳥取駅前地区商店街振興組合

官民一体で施設整備・イベント拡充を図り、
商店街のにぎわいを創出する



島根県松江市

21 松江新大橋商店街..... 454

松江新大橋商店街振興組合

サブリースの手法を活用した施設整備や
活発なイベントの実施により、
子供や女性など新たな来街者が集う商店街を目指す



山口県防府市

22 天神町銀座商店街..... 456

天神町銀座商店街振興組合

若手店主と地元高校との連携や
「幸せます」をテーマとした特色あるイベントの開発により、
商店街の活性化を実現する



香川県観音寺市

23 観音寺商店街..... 458

観音寺商店街連合会

既存店舗内の空きスペースを活用し、新規出店者を応援！
新たな業種の増加と、新規顧客の開拓に挑戦！



愛媛県松山市

24 松山ロープウェー商店街..... 460

松山ロープウェー商店街振興組合、松山ロープウェー中央商店街振興組合、松山ロープウェー北商店街振興組合

3つの商店街が協定を締結し、地域景観を維持、
歴史的施設を守り、観光客を集客する



高知県四万十市

25 天神橋商店街..... 462

天神橋商店街振興組合

商店街の空き店舗を新規創業希望者へ提供、
活気ある地域づくりを推進している



福岡県北九州市

26 魚町銀天街..... 464
魚町商店街振興組合

空きビルを再生し、知名度の高いテナントの確保と
利便性向上で来街者が増加、地域を活性化する



熊本県八代市

27 本町1、2、3丁目・通町商店街 ... 466
まちなか活性化協議会

健康づくりをテーマにした会員制事業を創出し、
商店街との連携により、まちづくりを推進する



大分県竹田市

28 竹田町商店街..... 468
竹田町商店街振興組合

空き店舗をさまざまな目的で利活用することで、
活動・交流の場を創出、商店街の活性化に繋げる



宮崎県高鍋町

29 高鍋町商店街..... 470
高鍋町まちなか商業活性化協議会

経営者の若返りで、商店街運営が活性化、
新しいプロジェクトで地域開発に貢献する



沖縄県那覇市

30 栄町市場商店街..... 472
栄町市場商店街振興組合

女性と若者の参画により、さまざまなイベントを実施、
持続的な商店街のにぎわいを確保する

ここに注目！ **空き店舗を活用し、高齢者・障がい者を支援する事業を展開、雇用創出で効果を上げる。**



ポイント

電信通り周辺地区の人口減少、街区内の高齢者比率の高まりや住民のニーズに対応すべく、「お年寄りや障がいのある方と協働・共生する商店街」をコンセプトに、「働・食・住が揃い、地域貢献が出来る場」づくりを目指している。商店街振興組合主導で社会福祉法人や障がい者支援団体等と積極的な連携を図るなど、様々な事業に意欲的に取り組んでおり、障がい者を中心に40人にも及ぶ雇用を創出するなどの成果を挙げている。

[商店街概要及び取組の背景]

歴史ある商店街の衰退

明治15年の「晩成社」開拓団入植の地に発祥し、帯広の歴史とともに地歩を築き、昭和46年に組合としてのスタートを切った。当商店街はJR帯広駅から北東1.5km、明治30年の街道整備に伴い市街地初の電信柱が立ったことから「電信通り」と呼ばれる通り沿い450mほどに位置し、本願寺帯広別院の門前町としての顔を持っている。古くから帯広の商業集積の一翼を担い、近隣型の商店街として地域に愛されている。

しかし近年は、帯広市南西部や近隣町村での住宅地開発や大型ショッピングゾーンの相次ぐ開発、また、商店街周辺地区の人口減少、高齢化が進む中、当商店街においても移転、廃業による空き店舗の増加に伴い商店街の魅力及び生活利便性が低下していた。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

強みを活かした取組

当商店街は地域住民及び来街者に対しニーズ調査(136サンプル)を実施。空き店舗の増加から商店街としての認知度が低下していることを認識するとともに、当



昭和の風情を残す電信通り

商店街の強みの一つであるスイーツ業態の充実や歴史的に結びつきの強い地域住民との関係性から、空き店舗を活用した起業及び誘致、食育や安否確認を兼ねた地域便利サービス等住民の交流拠点を核とした新たなビジネス展開により、来たるべき超高齢化社会に対応した商店街づくりを目指す必要があると分析した。近隣の中学校閉校跡に帯広市の障がい者支援センターが開設したのを契機に、障がい者支援団体との連携を強化。平成22年度以降、空き店舗を活用し地域の食を発信する施設、高齢者・障がい者の社会参画や就労を実現する施設を整備、開設した。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

新たなコミュニティの実現

上記の取組により、約2年間で7件の空き店舗活用を実現するとともに、高齢者や障がい者等40人にも及ぶ雇用創出を実現し、社会参画、地域貢献を通じ働く喜びを得るなどから、新たなコミュニティの萌芽となっている。

食に係る事業においては、帯広を含む十勝産の豊かな素材を活用した新商品の開発が不断に行われ、商店街独自のギフトセット開発等新たな事業展開に繋がるなど、商店街の活性化に大きく寄与している。

[実施体制]

さらなる事業推進に向けて

当商店街では、障がい者支援団体、社会福祉法人等福祉施設運営法人とコンソーシアムを形成するとともに、商品開発や更なるニーズ対応、起業促進の観点から地元大学、短大との協働による事業に着手している。併せて従前より実施している住民の参画による環境整備事業を継続的に実施することにより、当商店街が強みとする地域との結びつきを深めている。

また、自主財源確保のため、商店街組合員の出資による株式会社を設立、駐車場の管理運営を始め障がい者向け住宅建設及び運営等の事業を実施し、その収益を商店街活性化事業に拠出する仕組みを構築するなど、継続的な事業実施に資する施策を講じている。



キーパーソン

帯広電信通り商店街振興組合
理事長 長谷 渉

事業の推進には「人」と「連携」

よそものの私が縁あって現在地に事業所を構えて20数年、理事長になって7年目を迎えるのですが、暗中模索の中、商店街の活性化に向け一歩を踏み出しここまで来られたのは、多くの「人」に恵まれたからと思っています。私どもの組合は設立当初から「歴史ある商店街の強み」であるコミュニケーションを維持し、スムーズな意思決定に繋がっていることが事業を成功に導く原動力となっています。「組織は人なり」です。若手の参画も積極的に進め、組織の活力を維持していきたいと考えています。

商店街事業の中では、福祉施設運営法人との出会いが現在の取組に大きく関わっています。平成12年に緑化美化事業を始めて以来、福祉施設で丹精込めてつくられる花や野菜を商店街に取り入れるなどして絆を深めています。当初は地域の一部の方と認識の違いもあり苦労をしたものですが、NPO法人も含めコンソーシアムを形成し、障がい者支援アンテナショップ事

基本データ

所在地：北海道帯広市東4条南6丁目

会員数：38名

店舗数：47店舗

関連URL：<http://www.denshindoori.com/>



障がい者支援施設「クッキーハウスぶどうの木」

業も立ち上がるなど、より深い信頼関係を築いています。

活性化事業を実施するに当たり、一番の苦労は原資の確保です。商店街ではLED照明の導入による電気料金の大幅な削減や、収益事業を担う街づくり会社の設立により事業を推進しています。活性化事業を軌道に乗せ、原資のある状態で引き継ぐための努力も行って参りたいと思っています。

地域に必要とされる商店街に！！

今後、商店街が存続していくために、地域のために何ができるかを大切にしたいと考えています。正直、商店街がそう簡単に良くなるとは思いませんが、少なくとも事業を継続することによって衰退は止めることができるのではないのでしょうか。

少子高齢化・人口減少など社会構造の変化が進み、街区内にはサービス業、医院の立地が進むのに反し、小売業種が少なくなりつつあります。商店街には何でも揃う大型店等がある便利なところ、少し不便でも暖かなコミュニティが求められるところなど様々です。私どもは「協働・共生する商店街」とのコンセプトのもと、お年寄りや障がいのある方皆が普通に暮らせる商店街・地域を夢見て、その担い手としてのあり方を模索しながら今後も社会に貢献する商店街づくりを続けていく覚悟しております。

宮古市末広町商店街

(宮古市末広町商店街振興組合)

岩手県宮古市

ここに注目！ 近隣する商店街との連携強化により、各種イベントを開催し、被災した中心市街地商店街の復興を図る。



ポイント

東日本大震災後、隣接する6商店街、5団体と「いわて宮古街なか商人グループ」を構成し、108事業者の営業再開のため、幹事組合として中心的な役割を果たし、中心市街地商店街の復興に貢献している。

また、被災者への供給物資等を地元商店街から調達することで、被災者と商業者支援を両立する地元内経済循環型震災支援地域通貨「リアス通貨」を発行し、全国各地の個人・団体から支援申込を受けて震災遺児へリアス通貨を贈り、また観光客や視察者がリアス通貨を購入して土産物を買うなど、新たな復興支援モデルとして実施している。

[商店街概要及び取組の背景]

街の賑わい再生の試行錯誤

宮古市末広町商店街は、昭和初期の鉄道駅設置とともに商店街が形成され、宮古駅から徒歩3分の長さ350メートル幅員10メートルの歩車道の区分のない通りに、昭和の香りを色濃く残す中小の店舗が連なり、長い間地域の商業経済の拠点担ってきた。

集客力のある大型店や公共施設がない中、空き店舗を活用した交流施設「すえひろ亭」を中心に、地域イベントを実施。隣接商店街や地域団体と連携し、共同販促・集客事業を実施するなど、地域型の商店街として賑わいを創出してきた。

しかし近年は、「歩道がない・休憩施設が少ない」など必ずしも人に優しいつくりとはなっていない。また、欲しい商品が揃わないことや、若年層・家族連れが興味を引くイベントが足りないこと、イベントの来街者数に比べて来店者が少なく、共同販促事業も必ずしも売上に結びついていないことも課題として残った。



復興を目指し、活気を取り戻す商店街

[取組の概要・効果]

Plan・Do

目指せ!「地域の交流連携の拠点づくり」

地域商店街活性化法に基づく事業計画を策定して、「憩いとゆとりのある街・地域の交流連携の拠点」づくりをめざして、もう一つの交流施設「りあす亭」を設置運営し、寄席などのイベントや地域団体の活動・交流の場として活用し、また農林漁業者と「宮古の秋はうまいぞ! 大会」、福祉団体と「はあとふるフェスタ」、地元商業高校と「チャレンジショップ」などの交流連携イベントを継続開催している。さらに他の商業団体と「街なか商人ガイドブック」「一店逸品」「100円商店街」などを共同実施して連帯を強化し、店と街の魅力向上とPRに努めて、来店・売上増を図っている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

「りあす亭」を拠点にイベントと研鑽の実施

大震災で「すえひろ亭」は閉鎖したが、残った「りあす亭」は年間150回・延べ1万人以上に活用されて地域コミュニティの交流拠点となっている。震災後始めた年2回の「復興市」は毎回1.5万人前後の新たな来街者を集め、成人式に併せて実施する「商店街レッドカーペット」と共に、地域の絆を深めて復興再生をめざす新たな

なイベントとして定着している。「一店逸品」「100円商店街」は、ワークショップを積み重ねるなかで新たな発想と参加者間の連帯感が生まれ、売り上げを伸ばす店が増えて着実に成果を生んでいる。

また、商店街間の連携は「宮古街なか商人グループ」としてグループ補助事業の受け皿となる組織結成に繋がり、地域全体の活性化が促されている。

[実施体制]

地域のみんで取り組む商店街づくり

商店街の企画は、毎月の理事会と女性や若手も多く加わった委員会で立案し、作業は出来るかぎり商店街総出で行っている。世代交代を終えた青年部はメンバーが増えて外の地域団体との交流・連携を積極的に展開している。

また、当商店街が中核となり中心市街地商業7団体ほかで結成した「宮古街なか商人グループ」は、市や商工会議所もオブザーバーとして参加する毎月の幹事会で「復興市」「一店逸品」「100円商店街」等の連携事業を推進している。福祉・文化などの市民団体・ボランティアとのネットワークも構築され、イベント実施時には積極的な参加協力が得られている。

基本データ

所在地：岩手県宮古市末広町

会員数：68名

店舗数：58店舗

関連URL：<http://www2.ocn.ne.jp/~akindo/>



成人式にあわせた「商店街レッドカーペット」



キーパーソン

宮古市末広町商店街振興組合
理事長 佐香 英一

商店街は大きなコミュニティ施設

「商店街は大きなコミュニティ施設」とは、県立病院移転等で来街者が激減し、街の近代化に迫られていた平成4年に、当時の商店街青年部を中心に「商店街長期ビジョン」策定に取り組み、全国各地の視察や研修会を重ねて自ら書き上げた報告書の表題です。

視察で大型店の撤退を目の当たりにして、「街の核は必ずしも大型店ならず」と悟り、また集客力のある大型公共施設を羨みながら、商店街自体が持つコミュニティ機能に気づき、これからの商店街が生き延びていくには、コミュニティ機能の充実こそが最大のポイントで

あり、地域とより密着していかなければならないということから達した結論でした。

その後様々な事業を通じて、地域の生産者や福祉・文化団体・学校等との交流連携を重ねて、ようやく手ごたえを感じられるようになってきたときに、東日本大震災の大津波が私達の商店街を襲いました。

商店街は震災復興拠点の一つ

しかし、私達はいち早く店と商店街を復旧させ、商店街が長年培ってきた地域のネットワークを通じて、様々な団体やボランティアの方々、地元行政そして隣接商店街と一体となって「復興市」等を開催して、商店街から元気を発信し、地域の復興再生に取り組んできました。

私達の商店街は地域のコミュニティのみならず復興の拠点ともなったと思っており、これからも地域に根差した活動を続けていきます。

南三陸さんさん商店街

(南三陸志津川福興名店街運営組合)

宮城県南三陸町

ここに注目！ 震災後に仮設の商店街を立ち上げ、観光客をはじめとし、力強い集客力で復興を牽引している。



ポイント

津波によって市街地のほとんどが壊滅した中、地元商業者はいち早く「福興市」を開催、復興を目指す町民の意識高揚に多大な効果をもたらした。その実績を基に、平成24年2月25日に南三陸さんさん商店街が発足。周遊を意識した店舗配置による店を巡る楽しさの演出や、屋根付きのフードコート・ステージでの交流イベントの開催等により、地域住民はもちろん、連日1,000人を超す多くの観光客を集め、物を売るという行為を通じて被災地の元気・心意気を全国に発信し、町そのものの復興を力強く牽引している。

[商店街概要及び取組の背景]

ゼロからのスタート

南三陸町は、震災により発生した大津波によって平地の建物の大部分が流失。複数あった商店街も壊滅し、町の商業機能は完全に停止した。

店舗も商品も無い中、地元商業者は自ら立ち上がり、全国の商店街と連携した「ぼうさい朝市ネットワーク」の支援を受けて「福興市」を開催。その実績を基に商店街復活の可能性を見出し、他の仮設商店街にはない独特の周遊を意識した店舗配置や盛大なイベントなど、地元住民から観光客まで皆が楽しめる商店街としての取組に繋がった。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

“店を巡る楽しさ”を演出

他の仮設商店街の多くは土地確保の事情から2階建てが多いが、南三陸さんさん商店街では当初から来客の周遊を意識して全て1階建てとした。また、店舗の配置を意図的に不規則とし、店舗の構成についても「飲食店ゾーン」「小売店ゾーン」「暮らしの店ゾーン」に



ゼロからスタートした仮設商店街

分けてテーマパークさながらの“店を巡る楽しさ”を演出することに成功した。商店街の中心には屋根付きのフードコートが設置され、それぞれの店で購入した物を食べながら談笑できる他、ステージでは毎月のようにイベントを開催するなど、町内外の人々の交流拠点としても大きな役割を担っている。

サービスの面では、被災前からの名物として提供されてきた“キラキラ丼”を復活させるなど、他では味わえない海の町独特のサービスでおもてなししている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

商売人の元気・心意気を発信

震災から2年以上が過ぎた今でも、南三陸さんさん商店街には連日多くの観光客が訪れている。特に、商店街隣接の特設ステージで福興市が開催される日には1万人近い集客があり、人口わずか1万5千人弱(平成25年8月末)の港町であることを考えれば驚くべき集客力と言える。

当初「客足は次第に落ちる」と予想されていたが、こうした息の長い集客を維持できる要因として多くのリピーターの存在がある。モノを売ると同時に商売人の元気・心意気を発信し、多くのユーザーに支持されていることが、集客力が落ちない理由の一つである。

[実施体制]

地域関係団体と綿密な連携

南三陸さんさん商店街における取組に関しては、南三陸町の商業・観光の復興に向け、行政を始め地域の関係団体と綿密な連携を図っている。

具体的には、町が商店街のシンボルとしてモアイ像（1960年のチリ地震に端を発する南三陸町とチリとの友好のシンボル）を設置、町観光協会が商店街の隣接地にポータルセンターを設置するなど観光拠点としての運営を支援しているほか、商工会が商店街運営に関する様々な支援を実施している。

基本データ

所在地：宮城県本吉郡南三陸町志津川

会員数：32名

店舗数：32店舗

関連URL：<http://www.sansan-minamisanriku.com/>



“キラキラ丼”をPRする子供たち



キーパーソン

南三陸志津川福興名店街運営組合
組合長 及川 善祐

南三陸さんさん商店街の経緯と工夫

東日本大震災による巨大津波で我が南三陸町の商店街は全壊、流出の大きな被害を受け、多くの犠牲者を出しました。途方に暮れながら各避難所で日々を送っていた南三陸町の商人達の中に、「いつまでも頂垂れてはいけません。がれきの中に闇市でもいいから復興の烽火を上げよう！」という気概が持ち上がり、「福興市」と銘打ったテント市を震災翌月から毎月開催。その勢いで仮設商店街「南三陸福興名店街運営組合」を設立して愛称を「南三陸さんさん商店街」と命名し、初代組合長に就任いたしました。

多くのお客様に利用いただき、リピーターになってもらえる商店街をいかにして作るか、オープンまでに30回にも及ぶ会議や勉強会で議論を重ねました。中央のコンサルタントや企画会社、デザイナー、そして震災経験の大先輩である神戸の長田町商店街の方々を招聘しながら研究を重ねていく日々は、とても有意義でした。

そうした協議の末、一戸建てを基本とした回遊性のある

店舗構造や、商店街全体を業種によって3つのエリアに分け、センターコート、フードコート、イベントスペースを中心に囲むように配置。各エリアの壁面と庇の色合いにもアクセントをつけるなど工夫を凝らしました。

現在32店舗で元気に営業いたしております。世界中の皆様方の暖かいご支援に恵まれながら、お蔭様で予想以上の大勢のご来場を賜りまして、只々感謝の念でいっぱいです。

これからの私たちの商店街の目指すところ

南三陸さんさん商店街は、仮設の商店街であるため、2016年11月末が存続期限で、その後は町が造成する新しい市街地に商店街を形成する計画が進んでいます。新商店街には、現在南三陸さんさん商店街に出店している店だけではなく、町内各地に展開している商店や、まだ再開出来ていない商店の出店を募り、50から60店舗で形成できればと望んでいるところです。

震災を乗り越え、賑わいと人の交流が盛んになるまちづくりを目指して、南三陸町の美しく豊かな海を財産に食と観光に力を注ぎ、多くのお客様が楽しめるアイデアを生み出し続けていきたい。私達この町の商人たちが町民と共に一丸となって地域の産業振興の一翼を担うべく、雇用の増進に貢献しながら後継者を育て、次世代に向けた未来志向の復興の歴史を築き上げていきたいと思っております。

ここに注目！ **商業集積と居住空間の整備を進め、被災避難者の受け皿として、早期帰還に貢献する。**



ポイント

東日本大震災前から、「安心・安全なまちづくり」や、20年以上続く「栄町ナイトばざー」などの取組により、生活・買物利便性の向上やまちなかの賑わいづくりに寄与。発災直後は、混乱の中での臨時災害FM局の開局など、コミュニティの拠り所としての役割を果たした。避難した市民の帰還が依然として進まない状況の中、商店街近くの復興公営住宅の整備を受け、商店街への回遊・誘導拠点となる商業施設の整備を検討するなど、復興への期待に応える様々な取組を進めている。

[商店街概要及び取組の背景]

目指せ！「復興の旗頭」「市民の早期帰還」

栄町商店街振興組合は、昭和60年に設立され、東日本大震災を乗り越えて現在に至っている。商店街は、JR原ノ町駅から市役所に伸びるメインストリートを中心に形成されており、震災前は「安心・安全なまちづくり」を進めながら、相双地方の母都市である南相馬市の経済を支えてきた地域型商店街である。震災後は、復興の旗頭となり、様々な障害と向き合いつつ、避難した市民が早期に帰還できるまちづくりを進めている。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

目に見える町外コミュニティの実現

栄町商店街振興組合は、コミュニティホールや共同駐車場、LED街路灯、防犯カメラ、AEDを設置するなど、生活・買物利便性の向上に努めてきた。また、震災のあった平成23年3月を除き20年以上継続している「栄町ナイトばざー」は、地域に定着し、多くの住民の参加を得ており、今後ともこうした取組を推進することにより、住民の帰還を促進することとしている。

また、商店街の隣接地に復興公営住宅が整備される



被災避難者受け入れの拠点として整備が進む商店街

ことを受け、避難者を迎え入れる体制づくりのためのNPO法人の設立や、復興公営住宅から商店街への回遊・誘導拠点となる商業集積と居住空間の整備を検討するなど、目に見える町外コミュニティのモデル事例の実現を目指している。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

住民に寄り添った様々な取り組み

文化・生活環境面の向上を図るために平成6年度に商店街によって設置された「しらゆりコミュニティホール」は、会議、講演会、カルチャー教室、イベントに広く利用してもらえるよう割安の料金設定となっている。また、併設の共同駐車場「しらゆりパーキング」は自走式2階建ての立体駐車場で、商店街で買い物をすれば無料で利用できることから、違法駐車など交通問題の解消をはじめ商店街エリアの生活・買物利便性の向上に寄与している。

「栄町ナイトばざー」は、開始当初は午後7時にスタートしていたが、住民の意見や要望を取り入れ、現在では午後2時からのスタートとなっている。このように住民に寄り添いながら改善実施しており、長年にわたって愛されるイベントとなっている。

[実施体制]

目標は民間主導の復興まちづくり

栄町商店街振興組合では、毎月開催している「栄町ナイトばぎーる」の企画のため定例会を開催、チラシ作り、ホームページブログの更新を行っている。特に、震災後は、地域復興に向けたイベントを継続的に進めるため、国、県、市や全国商店街振興組合連合会、福島県商店街振興組合連合会、原町商工会議所の支援や協力を得てスタンプラリー、買い物スタンプ事業、コミュニティサロン事業、臨時災害FM事業等の実施体制を事業毎に組み、商店街の枠を超えた協力者の参加も得て推進してきた。

また、昨年の地域商業再生事業(商店街等構造改革調査分析事業)では、市内小学校8校の協力を得たアンケート調査、ワークショップを通して地域ニーズを再認識し、NPO法人設立の大きな契機となった。

今後は、町内会、NPO法人、他商店会等と復興協議会を設立し、生活、福祉、商業が一体となった民間主導の復興まちづくりに取り組むことにしている。

基本データ

所在地：福島県南相馬市原町区

会員数：26名

店舗数：60店舗

関連URL：<http://souma-haramachi.com>



子供たちにも安心・安全な遊び場を提供



キーパーソン

栄町商店街振興組合
理事長 片山 高明

元気を発信

私は、栄町商店街振興組合の3代目理事長ですが、初代齋藤京市氏、2代鳥居朋信氏と共通した考え方は、相手を思い、尽くしていく姿勢でした。そして、年齢に関係なく組合員を「〇〇ちゃん」と愛称で呼び、全員同じ目線で人間関係を作ってきたことでした。

こうした関係は、伝統として受け継がれ、現在も全く同じで、これまで行ってきたイベントや各種事業が全て成功できた大きな理由の1つになっていると考えています。特に、震災以降、原発問題で商店経営が立ち行かなくなる厳しい環境が続いていますが、この3年間、振り返らずみんなで走って、元気でいる姿を発信することが大切だと思っています。

コミュニティ再生に向けて

地域商業再生事業(商店街等構造改革調査分析事業)を実施した中で、小学生を持つ保護者の一番の要望は、「きれいな空気と安心して暮せる環境の街」でした。市内小中学校の半数が未だに避難中であることを考えたとき、もっともなことだと思います。普通にどこにでもある生活環境が失われている現実は、大変重いことです。

そこで、商店街再生を考えたとき、商業者ができること、地域生活者ができること、行政ができることを明確にして、お互いに連携するための接着剤の役割を商店街が担うことができると考えています。

南相馬市の中心部商店街は、商業集積はもとより生活、福祉、医療が一体となった民間主導の拠点づくりを目指し、避難地域・受け入れ地域が連携してコミュニティ再生、復興まちづくりに向かって進んでいきたいと考えています。

ここに注目！ 地域ニーズへの対応によるコミュニティ再生と効果的なまちの魅力発信により、中心市街地の活性化を促進。



ポイント

昭和30年に戦災復興のシンボルとして再建された「泉町会館」を拠点に、個店と地域コミュニティとを結ぶ事業に取り組んでおり、特に、地域住民に地元の新鮮な食材を提供するため、10年以上前から「ファーマーズ・マーケット(新鮮市)」を開催している。

また、当商店街が中心となって「水戸バー・バル・パール」と題する飲み歩きイベントを実施しているほか、コミュニティペーパー「IZM(イズム)」の発行などを通じ、中心市街地全体の魅力発信にも積極的に取り組んでいる。

[商店街概要及び取組の背景]

求められる地域貢献とまちの魅力発信

水戸駅北口から西北方向に約1.2kmの距離に位置し、その商業集積から、水戸市を代表する商店街の一つであるとともに、「水戸芸術館」に隣接するなど、高い文化性を有する地区でもある。また、百貨店などを含む大型店が隣接し、最寄品に加え買い回り品が多い商店街である一方、近年のマンション建設に伴い、居住人口が増加するなか、地域密着型の商店街としてのさらなる貢献も求められている。

更に、中心市街地郊外への大型ショッピングモール出店に伴う通行量の減少や、東日本大震災の影響による消費の落ち込みがみられるなか、中心市街地への来街機会を創出するため、まち全体の魅力を効果的に発信していくことが求められている。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

コミュニティ再生と来街機会の創出

生鮮食品などが購入できる店舗が中心市街地内で減少し、地域住民の多くが日常の買物に不便を感じて



商店街のシンボル「泉町会館」

いるなか、出来るだけ気軽に新鮮野菜を購入していただけるよう、近隣の生産農家の協力のもと、「泉町会館」において「ファーマーズ・マーケット」を継続的に開催し、近隣住民に親しまれている。

また、中心市街地全体のまちの魅力を知ってもらう機会として、当商店街が中心となって「水戸バー・バル・パール」と題するドリンクラリー形式のイベントを実施しているほか、コミュニティペーパー「IZM」の発行、まちゼミ「まちカル」の開催を通じて、まちの魅力を発信、来街機会の創出にも寄与している。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

地域ニーズへのさらなる対応

住民アンケートの結果から得られた地域ニーズ(生鮮食品店、地産地消の店)に対応するため、当商店街が中心となり、「食のモデル地域構築計画」を策定。今後、「ファーマーズ・マーケット」の常設化を図るとともに、ボランティアのお母さんによる地元農産品を利用した家庭料理の提供、ワイナリー機能の付加など、県内農産品の受発信拠点として、「泉町会館」の機能拡充を図っていくほか、地産地消の「水戸バー・バル・パール」等を行っていく予定である。

また、街なかでゆっくり過ごせる場所として、市民図

書館・カルチャースクール・コミュニティカフェ・インフォメーション機能を備えたコミュニティ施設の設置に取り組んでいる。

[実施体制]

幅広い主体の連携による取組の推進

当商店街を含む水戸市中心市街地エリアにおいては、民間レベルのボランティア(商業者、若手経営者、建築家、行政職員等)で構成する「水戸市上市朝会」が当商店街の若手を主要メンバーとして活動しており、飲み歩きイベントの開催やコミュニティペーパー「IZM」での連携など、商店街の枠を越えて、中心市街地全体の活性化に向けて取り組んでいる。

また、「食のモデル地域構築計画」(農林水産省認定)については、当商店街が事務局となって、他団体(水戸市、商工会議所、生産農家、子育て支援NPO法人等)と実行協議会を組織するなど、幅広い連携体制の構築を図りながら取組を進めている。

基本データ

所在地：茨城県水戸市泉町二丁目

会員数：43名

店舗数：47店舗

関連URL：<http://www.izumi2.com/>



住民に親しまれている「ファーマーズ・マーケット」



キーパーソン

泉町二丁目商店街振興組合
理事長 高野 健治

街全体を通して進める「商店街活性化」

水戸市の商店街は、水戸駅北口から伸びる国道(片側2車線)直線2kmの間に、19商店街がひしめき合っています。泉町二丁目商店街はその中央にあり、百貨店や文化施設とも隣接した恵まれた場所に位置します。

しかし、商店街の衰退や商業者の高齢化、郊外型商業施設の進出は他地域と同様であり、東日本大震災の被害も甚大で、近年は衰退の一途を辿って参りました。

そんななか、弊組合では5年前から世代交代を進めてきました。実質的な運営を若手世代に任せて頂いたことで、役員全体が若返り、これまでにない闊達な活動ができるようになってきています。

さらには、組合内だけでなく近隣商店街や街中の個店、行政との接点を強くし、協力や連携をすることで、

我々だけでは進められないような事業を推進する機会が増えました。いろいろな立場やスタンスの方々との協力や連携が新しい考え方を生み、新たな活性化策を模索・推進するきっかけにもなっています。

地域とも一丸となって連携する「街づくり」

もともと商店街とは、利便性のある場所に人が暮らすようになり、集落ができ、流通が必要になってきたものだと思います。そう考えると、商店街が地域コミュニティと連携していくことは、昔から脈々と続く必須事項なのだと理解できます。

しかし近年の商店街は、経済を優先し我が利益を追求するあまり、元来の考え方を見失ってきた気がします。現在の自分達の力だけでは到底「活性化」や「街づくり」は成功し得ないでしょう。ですから我々は、地域コミュニティの活動や事業に参加するとともに、我々の考え方や活動をより多くの住民に理解いただくことを心掛け、地域と協働した街づくりを目指しています。

今後、地域コミュニティと商店街が交流できるコミュニティセンターや、地域のニーズに応えた生鮮品や地産地消品の販売施設を開設するとともに、地域の方々と心から交流できる機会や場所を多く設けることで、地域全体が一丸となった街づくりに取り組んでいきます。

宇都宮オリオン通り商店街

(宇都宮オリオン通り商店街振興組合)

栃木県宇都宮市

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」「面白がる」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。

ここに注目！ **ハードとソフトの両面をバランスよく刷新し
続けることによってイメージ向上を図る。**



ポイント

商店街の顔とも言うべき全蓋アーケードをリニューアルし、商店街のイメージを刷新。また、デジタルサイネージを設置して情報発信性を高めた。このほか、看板・広告物の自主規制などを定めた「柏二番街まちづくり協定」により、街路全体の統一感を出す取組を展開し、空き店舗もなく、商店街の通りに面する大型店、全国チェーン店もすべて会員になっている。また、街なかでアートを体感できるイベント「アートラインかしわ」を通じて「若者の街」から「大人も楽しめる街」へのイメージ転換を図っている。

[商店街概要及び取組の背景]

商店街を取り巻く環境

JR常磐線と東武野田線が乗り入れる柏駅東口駅前
に位置する柏二番街商店会は、千葉県初の全蓋式アーケードを有し、祝祭日には35,000人を超える歩行者が行き交う県下でも活気ある商店街の1つである。

一方、平成17年以降、つくばエクスプレス開業に伴う柏駅乗降客数の減少や、郊外型の大型商業施設の新規出店により、柏市中心部における商圈吸引人口は、ここ5年で23%も減少している。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

ハード整備と街の賑わいづくりへの支援

平成20年に「柏二番街まちづくり協定」を制定し、今後改築を必要とするビルが「街の魅力」につながるよう調整するほか、風営法第2条第5項に該当する業種の出店を防止し、更には看板・広告物についても自主規制を設けるなど、街路全体のデザインの統一を図る取組を展開している。ハード面では、今年度、アーケードの天蓋を透明にするとともに照明のLED化を図り、消



リニューアルした全蓋アーケード

費電気量とメンテナンス費用の圧縮効果を目指した。さらに2基のデジタルサイネージを新設することで、多様な情報発信を可能にする体制を整えつつある。

ソフト面では、人手不足で商店街としての大々的なイベントを打てない分、街の賑わいづくりにつながる民間の活動を積極的に支援している。中でも、商店街もステージとなり、街中で様々なアートイベントを展開する「アートラインかしわ」では、当初から共催団体となっており、昨年も街がアートに染まる企画が約1ヶ月間にわたり催された。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

街のイメージアップへ

「柏二番街まちづくり協定」により、商店街のイメージ低下や治安悪化になるような店舗の出店が防止されているほか、街のイメージアップ・吸引力向上に対する取組を継続的に実施、厳しい商業環境下にもありながらも、テナントの撤退などは殆ど生じなかった。

また、「アートライン かしわ」は、今回で8回目を迎え、街なかでアートを体感できる企画として広く来街者に認知されている。

[実施体制]

街づくりへの働きかけ

平成21年に「柏1丁目地区まちづくり協議会」を立ち上げ、商店街の区域を超えた地域全体の地権者を対象に、将来における駅周辺の再整備につながる「まちづくり勉強会」を商店街主催で毎年4～5回開催してきた。

この勉強会は、都市設計を専門とする大学教授やタウンマネジメントを主導している企業、交通問題の専門家などを招いて、街全体の現状分析と将来をテーマに開催されているもので、商店街のみならず、行政、商工会議所、NPOなど多方面からの参加者がある。このような場を活かし、商店街から提案されたビジョンを基に関係諸団体との意見交換、協力体制の構築を行うことで、企画された多くの事業が実現に向かって進んでいる。

基本データ

所在地：千葉県柏市柏

会員数：40名

店舗数：40店舗

関連URL：<http://www.kashiwa-nibangai.com/>



商店街をステージとした「アートラインかしわ」



キーパーソン

商店街振興組合柏二番街商店会
理事長 石戸 新一郎

変化を見極め、柔軟に対応する

柏駅周辺に二つの百貨店といくつかの大型専門店ビル、GMSが出店して、一挙に街全体の商業構造が変わったのが今からほぼ40年前でした。それから長い間、駅周辺にある商店会は大型店の圧倒的な集客力に支えられて維持されてきた感があります。ところが郊外に大型商業施設が次々出店し、さらにネットビジネスが本流になりつつある現在、商業を核とした街づくりは再び大きな試練にさらされようとしています。かつて多彩な業種構成を誇った商店街も、手をこまぬいてると最寄品と飲食店だけしか残らない事態になりかねません。

街づくりで考えなければいけないこと

20年ほど前に『人はイメージによって行動する』という言葉に目を開かされて以来、手を尽くして柏の街のイメージアップとそれを発信していくための仕組みづくりを

続けてきました。そこから見えてきたものがあります。

一つは「商店会だけでは活性化はできない」ということ。商店会という《枠》を外して、もっと広域のエリアで問題に対処しなければなりません。そのためには周辺の商店会や行政だけでなく、市域を超えた連携も必要となるでしょう。二つ目は「街づくりのビジョンをいかに明確に作り上げ、共有できるか」です。これは商業に限らず、交通問題や都市設計、景観のコントロールなども関係してくるので、専門家を交えた組織を構築する必要があります。三つ目に「活性化プランを担うべき人間を、地域からどれだけ参加させ得るか」です。知見や能力を持った人は地域に必ずいます。そうした人材を探し出して協力してもらうことです。地域の問題を一番よく理解し、解決しうるのは、やっぱりその地域の人間だからです。そして彼らに「この街で何かをしたい」と思わせるためには、年月をかけて街に《シビック・プライド》を根付かせる必要があります。

これまで私たちは、これらを行政がやるべきこととして傍観してきたきらいはないでしょうか。今や活動に必要な資金の問題も含めて、当事者である私たちこそが中心になって、よりよい解決に向かって力を尽くすべき瀬戸際にあるのではないかと考えています。

下町・人情キラキラ橘商店街

(向島橘銀座商店街協同組合)

東京都墨田区

ここに注目！ 古くから地域に根ざしている商店街が、商店街憲章の制定により、世代を超えた地域密着の取組を実施。



ポイント

古くから地域に根付いて愛される商店街として発展してきた。手作り七夕まつり、朝市、中元・歳末福引大売出し、ちびっ子縁日、つまみぐいウォークなどの販売促進事業、キラキラブランドの創設や高齢者向けシルバーカードの発行など幅広い世代に向け、地域に密着した取組を積極的に行っており、ほとんどの事業は25年以上継続している。

近年は地域の若者との連携を強め活性化している。

また、「商店街憲章」を定め、魅力ある豊かな商店街・街づくりを目指している。

[商店街概要及び取組の背景]

大規模な人口流出

京成押上線京成曳舟駅から徒歩10分。約470mの昭和レトロのたたずまいを残す地域型の商店街。

今は無き映画館に由来し戦前から「橘館通り」として親しまれて来た。結成は昭和2年、昭和35年に「商業協同組合」を設立。商店街を地域の特性である「下町コミュニティ」の核として位置づけ、ハード・ソフト両面にわたる意欲的な活性化事業を展開。ドラマ・映画の舞台や旅番組のロケにも多く利用されている。

しかしながら、同区の錦糸町や隣区の江東区にある亀戸の副都心化による発展などもあり、大規模な人口流出が起こり、徐々に衰退の影が見えてきた。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

ハード・ソフト両面にわたる事業着手

商店街を地域の特性である「下町コミュニティ」の核として改めて位置づけ、近代化を進めることによって再生を図るべく、平成元年度の東京都コミュニティ商店街事業の申請を行った。これを機に、ハード・ソフト両面に



地域に根付いた下町の商店街

わたる意欲的な活性化事業に着手、「下町・人情キラキラ橘商店街」のキャッチフレーズを作り、親しまれている。昭和55年から続く朝市は、毎月第4日曜日に各店の特色を活かしたサービスを提供。その他、多彩なイベントや取組が地域に受け入れられ、浸透し、地域コミュニティの場として重要な役割を果たしている。地域コミュニティ、生活インフラを守ることにより、キラキラ橘商店街がある京島町から、買物難民、買物弱者を出さない事が最大の目標でもある。

さらに最近では、商店街事務所を改装して「お休み処橘館」として無料開放、女性専用トイレや車いす対応トイレも設置し、ゆっくりお買い物を楽しむ仕組みを作っている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

定期的なイベント開催・商品のブランド化

朝市は、名物イベントとして成長しているが、さらなる幅広い層を取り込むべく、年1回開催の夜市や七夕祭りなど、定期的な集客イベントを開催している。

墨田区の商店街活性化事業「ワンモール/ワンライト作戦」の一環のキラキラブランドには、ゆず入り饅頭の「キラキラのかおり」、餃子の餡を鶏皮で包んだ「チキン

餃子」など個性豊かなものが次々と登場し、さらなるブランドの多様化を目指し取り組んでいる。

また、地元信用金庫・早稲田大学地域ゼミ等と協働作成したポスターは、全国信用金庫 PR ポスターコンクール部門最優秀賞を受賞し高い啓発効果を実現した。

[実施体制]

若者と連携し地域交流の場を提供

キラキラ橋商店街が繁栄していくため、組合員が協力しあい、豊かな街づくりのため、①共通の利益、②共通の責任、③共通の価値観を基本理念とした「商店街憲章(キラキラ橋きめごと)」を定めている。

本憲章の基本方針を定め、関係者の意志疎通について調整を行い、魅力ある商店街づくりの実現を期するものとしている。

また、一昨年5月東京スカイツリーのオープンによる観光客増加を見越して、商店街のために看板娘たちが再結成したという設定のアラサーアイドルグループ「帰ってきたキューピッドガールズ」の活動や商店街入口の「田丸神社」をお金が「貯まる」パワースポットとしてPRし、観光客増加につなげる仕組みを作った。

その他、千葉商科大学生や早稲田大学地域ゼミ、墨田区の劇団等と積極的に連携し、地域交流の場を提供することにも力を入れている。

基本データ

所在地：東京都墨田区京島

会員数：96名

店舗数：85店舗

関連URL：<http://kirakira-tachibana.jp/>



子供たちで賑わう「ちびっ子縁日」



七夕まつり



夜市

キーパーソン

向島橋銀座商店街協同組合



左：理事長
寺尾 肇

右：理事・事務局長
大和 和道

共通の目的意識、危機意識を持つこと

一国一城の集まりの商店街では全体が理解して行うイベント等は難しいため、共通の目的意識、危機意識を持ったお店で継続していくよう考えています。

また、地域密着型である当商店街は日曜休みが多く、ご迷惑をおかけしていますが、再開発で周辺地域のライフスタイルも変化している中で、これからは日曜営業にも取り組んでいきたいと考えています。

これらの課題を解消するためにも、地域に若者の参加を促し、積極的に取り組んでいきたいと思ひます。

チャンス活かして次世代に繋ぐ商店街

商店街共通の課題とも言われる後継者不足や若者の参加については、商店を引き継いだ20代の若者や大学生に積極的に参加してもらい、イベント当日だけのお手伝いだけでなく、企画から携わってもらうことで商店街活動を行っているという意識を芽生えさせたり商店街により興味を持ってもらうようにしたりすることで対応しています。

東京スカイツリーや東京オリンピック開催による観光客の増加など、これから先も商店街にとってチャンスは多くあります。そうした機会を見逃す事なくやる気のある商店同士が結束して商店街活性化に取り組んでいく事が次の世代につながっていくと思ひます。

モトスミ・オズ通り商店街

(モトスミ・オズ通り商店街振興組合)

神奈川県川崎市

ここに注目！ 1店1安心事業や防災訓練、救命講習会など、
商店街を挙げて安全安心事業に取り組んでいる。



ポイント

「地域に愛される商店街・子育てにやさしい商店街」を目指した活動を推進し、イベント事業であるオズフェスタの実施、デジタルサイネージや携帯メルマガ等による情報発信、防犯カメラの設置等、様々な先進的な取組を進めてきており、その活動は地域において高く評価されている。

〔商店街概要及び取組の背景〕

求められる地域コミュニティの創出

本商店街は、東急東横線元住吉駅東口周辺に位置する、昭和25年頃から続く歴史のある商店街であり、平成3年に法人化し、現在に至っている。

川崎市の中でも最も人口が増加している中原区に位置し、主な商圈は最寄り駅である元住吉駅周辺であり、隣駅の武蔵小杉駅周辺では大規模開発が進み、大型の商業施設も開業している。

また、東日本震災直後の「オズフェスタ」におけるアンケートで、商店街への期待について調査したところ、「商品の確保」、「災害対策」、「情報発信」などが挙げられたため、大型商業施設にはない「地域コミュニティの創出」、集客を購買に結び付ける「情報発信」に加えて、「安全安心への対策」に力を入れることとした。

〔取組の概要・効果〕

Plan・Do

商店街活動指針を作成し、多彩な情報発信

まず、活動の方向性を明確にする「商店街活動指針」を作成し、会員への配布、非会員の加盟促進に役立てた。また、イベント等事業では近隣学校と連携し、地域コミュニティの核として活躍するとともに、携帯メルマガ、twitter によるクーポン券の発行や、安全安心事業として「一店一安心運動」、「ラジオ、懐中電灯」の配



商店街入り口のゲート

備、「市民救命講習会」の開催、町会との共同での「防災訓練」の実施、小学校、慶應義塾大学と連携した「まちなか安全教室」の実施、それらをまとめた「安全ぶっく」の発行等、イベント事業や情報発信事業と連携している。

〔効果の評価と改善策の実施等〕 Check・Action

地域に認められた先進的モデル商店街

これらの取組が川崎市の「商店街魅力アップ支援事業」で最高評価であるA評価に2年連続で選定されるとともに、「かながわ商店街大賞」の準大賞を獲得するなど、地域における先進的なモデル商店街であるとの評価を受けている。また、「防災訓練」や「まちなか安全教室」は、特に地域や学校からの評判が大変良く、継続した実施が希望され、商店街の存在感をますます強くしている。

[実施体制]

地域住民や大学との連携による取組

平成22年から平成25年まで、川崎市と川崎商工会議所が連携し、地域活性のための専門家を派遣する「エリア・プロデュース事業」の対象商店街に認定されているとともに、事業実施やプランの策定に当たっては、慶応義塾大学教授、研究員や学生とも連携している。

また、広報誌やイベントのチラシ作成に当たっては、近隣住民による市民記者「オズ記者クラブ」が活躍。商店街の公式キャラクター「おずっちょ」の作成に当たっては、商店街の近隣にお住まいの主婦であるイラストレーターが担当するなど、地域密着の取組を行っている。

基本データ

所在地：神奈川県川崎市中原区木月

会員数：120名

店舗数：135店舗

関連URL：<http://www.oz-dori.com/>



「おずっちょ」に見入る子供たち

キーパーソン

モトスミ・オズ通り商店街振興組合



左: 理事長
柳沢 正高

右: 副理事長
中野 勝久

強い味方

商店街活動に携わり最初に感じたことは、商店街としてのテーマ・アイデンティティーがはっきりしていないことでした。そのような折に慶応義塾大学のボランティアサークルと出会い、「地域貢献と商店街活性化」への協力を同意してもらい共に行動する事になりました。商店街では、ボランティア活動はそうそう反対されることは無いだろうと考えた理由(わけ)です。

「異世代間交流」「子育て支援」を商店街活動の中にも取り入れていくかが問題で、サークルの学生達には強要は出来ませんので、どう動いてもらうかが鍵でした。学生から商学部の教授にコンタクトを取り、協力を得ることが出来るようになったのは3年後でした。教授のゼミ・研究室・教室の学生達も授業という枠の中であっても、様々なアンケート・インタビュー等を通じてしっかりと商店街の中に入り、実践力を持つ強い協力

者となりました。「3・11」の災害後、被災地支援として商店街が出来ることを考える中で始めた一つに「小学生の安全教室」(学校・家庭以外の場所での災害対処法)がありました。そこで学生達はしっかりとシナリオを作成、翌年からはマニュアルとして活用することができ、小学校側からも高い評価を頂きました。メンバーが減少し活動ができなくなってしまったボランティアサークルから大学の学部の教室・研究室の協力へ移行できたことが現在の商店街の取組の大きな原動力となっています。

今日と明日の商店街

現在どこの商店街においても課題は似通ったものであり、中々解決策が浮かんでこないのが現状です。当商店街における一番の問題は、個店の後継者にあります。駅前商店街ですので人通りはありますし、一応ハード面においても整備が進んでいるお蔭で店舗の賃料も下がる事はありません。後継店舗は主に飲食店やサービス業のチェーン店となっており、その結果商店街の組合活動に若手理事の入会が期待できず、現有勢力で賄わざるを得ません。さらに業種が揃わない、買い物に不便な商店街になりつつあります。この問題の解決策を見つけることこそ、これからの展望につながると考えています。

ここに注目！ 商店街のおかみさんが創業を志す若者を支援、
空き店舗を活用して新しい価値を創造する。



ポイント

商店街組織のみならずNPOや商工会議所などの他団体と連携しながら、新しい発想による空き店舗対策や集客効果を目指した商店街活性化策に自主的に取り組んでおり、本年6月に策定された「“ちいさな企業”成長本部行動計画」における「空き店舗活用など商店街を活用した起業・創業を促す環境作り」などを全国に先駆けて実施した。生活相談など商店街のおかみさん方の温かい支援等により、若者が多く起業し、商店街の半数近くあった空き店舗がなくなるなどの成果を挙げている。

[商店街概要及び取組の背景]

御田町商店街ができるまで

下諏訪町は、明治期に製糸工業が勃興し、戦後は機械精密工業のメッカとして、国内でも有力な内陸の工業集積地として発達してきた。その中央に位置する御田町商店街も、明治44年、近隣に製糸工場が開業したことを契機として形成され、工業者やその家族の消費を支えることで共に発展してきた近隣型の中核的な商店街である。

近年では、モータリゼーションの進展等により、昭和の終わりから平成にかけて往来人口が減少したことで、廃業する商店が目立ち、平成14年には約30件あった店舗の半数が空き店舗となった。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

世話焼きな「みたまちおかみさん会」

15年前に商店街のおかみさん方で結成された「みたまちおかみさん会」と、まちづくりの活性化に取り組む「NPO匠の町しもすわあきないプロジェクト」が連携し、空き店舗を利用した若者の起業支援を行うとともに、



賑わいを取り戻している商店街

事業以外の相談を受ける、生活のお世話をするなど温かい支援を行い、起業した若者の定着率を高めた。

結果、ものづくり系のクラフト作品を販売する店舗などの付加価値の高い製品を売りこめる若い出店者が集積することにより、他の商店街にはないモノがあると消費者に感じてもらえるブランド化に成功した。

[効果の評価と改善策の実施等] Check・Action

そして空き店舗が無くなった！

延べ25店舗を超える起業支援及び町外事業者も協力する御田町のまちづくり活動によって空き店舗がなくなり、ウェイティングリストができるまでになった。新規開業者は、事業を展開していく中で御田町の価値を高め、ヨソ者という立場から街を支える立場になってきており、御田町商業会青年部の設立も含め若年者層の交流が図られるなどの効果が得られている。

現在は、製造業関係者の参画により得られた情報の共有化やイベントの進捗状況管理などPDCAサイクルの活用により、若い起業者たちが中心となり首都圏を中心に御田町の魅力を発信する『御田町スタイル』というブランディング活動や、地域アイデンティティの醸成により、新規顧客の開拓に向けて取り組んでいる。

[実施体制]

これからの御田町商店街

御田町商業会を中心として、「NPO匠の町しもすわあきないプロジェクト」や下諏訪商工会議所が運営支援を行いながら、商店街活性化に向けた取組を実施している。

起業者が地域コミュニティへスムーズに参加できるように商店街のおかみさん会が事業以外の相談を受ける、生活のお世話をするなど「おせっかい」をしている。また、おかみさん会活動の一環として、御田町への出店希望に応えるための空き物件の掘り起こしや入居交渉、家賃交渉等を行っている。

東京工業大学や和歌山大学、広島大学と協力しながら商店街の情報発信やおもてなし、魅力アップに向けた専門家の活用をしている一方で、商店街留学など研究フィールドの提供を行っている。

基本データ

所在地：長野県諏訪郡下諏訪町御田町

会員数：43名

店舗数：42店舗

関連URL：<http://mitamachi.com/>



「みたまちおかみさん会」の活動風景



キーパーソン

御田町商業会

青年部部長 河西 優子

小さな町の小さな商店街

御田町商店街は小さな町の小さな商店街です。空き店舗が増え始めた15年前に、私の母を含む商店街のおかみさんたちがおかみさん会を発足しました。初めはイベントやギャラリー設置などよくある活動をしていましたが、なかなかうまくいきませんでした。

しかし、「NPO匠の町しもすわあきないプロジェクト」が発足し、「店主ではない人々」と連携して「商店では思いつかないアイデア」「自分たちでは気が付かない考え」を柔軟に取り入れ活動することで、空き店舗はゆっくりと埋まっていきました。

新規開業者の廃業、転居などもありましたが、「あせらず、ゆっくり」を合言葉にし、「おばちゃんのおせっかい」的な温かい支援を行ってきました。そして若者たちと「より良いおとなりさん」として暮らしていく

事で「この街に暮らすという幸福」を、お互い感じられるようになってきたと思います。そこに住む人たちが「しあわせである」という事は何よりも商店街の発展に大事な事だと思っています。

幸福度ナンバーワンの町を目指して

昨年、青年部有志を中心に若者が企画し、運営するイベント「少年少女の星コスモス」を始めました。実際に若者だけでイベントを運営することで、より一層「今まで、いかに自分たちが支えられてきたか」を実感する良い機会になっています。また、イベントを通じて地域の児童との交流や他地域の商業者との交流も始まっています。

今後の課題は、ずばり世代交代です。

御田町は70代60代のあとは、30代20代の店主しかいません。

今まで、温かく見守り支えてきてくれた皆さんに感謝しつつ、より良い商店街、楽しい幸福な町を目指して、ゆるやかながらも自覚を持った世代交代をしていかなければいけないと思っています。

ここに注目！ **ポイントカード事業収入で無料宅配事業を実施、
買い物困難地域を解消。**



ポイント

高齢化が進む中、買い物弱者対策は今後さらに重要な地域課題になると予想され、各地で取組が行われているが、採算性の点から事業として成立しない例が多い。そうした中、本商店街における宅配サービス事業は、すでに3年目を迎え、ポイントカード事業の収入を運営費にまわすなどの仕組みづくりや広範囲でのサービスエリアの設定などの工夫により、平成24年度の宅配件数は前年度の2倍以上の約6,200件と、高い実績をあげている。

[商店街概要及び取組の背景]

来街者の高齢化率の高さが事業の背景に

本商店街は、JR 御殿場駅から約500m、徒歩約10分に位置し、幅員10～15mの旧国道246号を挟む格好で両側に2～3mの歩道とアーケードが約300m続いている。御殿場まちづくり株式が運営するコミュニティ施設併設のショッピングセンター「エピ」を核店舗に、食料品、日用雑貨品、衣料品、サービス業などが混在している近隣型商店街である。

来街者は高齢者が比較的多く、お客様の声を受けて、ここ数年商店街内の多くの店舗から宅配・送迎の事業実施を望む声が高まっていた。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

平成23年に宅配・送迎サービスを開始

平成22年度経済産業省地域商業活性化事業(買い物弱者対策支援事業)の採択を受け、平成23年4月より車両2台体制で買い物弱者対策事業を本格的にスタートさせた。

具体的には、専従者2名を雇用し、御殿場市内を中心に、注文を受けた商品の宅配と、荷物の持ち運びも



御殿場駅近くに位置する商店街

手伝う送迎を実施。商品1つからでも宅配するサービスの良さも好評である。電気自動車、ハイブリッド車各1台を使用することで環境にも配慮している。

その評判を聞きつけ、市外近隣地域より事業対象エリアの拡大を望む声が多くなっている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

要望に応え、対象エリアを拡大

御殿場市外近隣地域の要望に応えるために、平成25年度経済産業省地域自立型買い物弱者対策事業により、事業の拡充を実施した。御殿場市内の買い物困難地域に加え、裾野市・小山町・神奈川県箱根町の一部にまで対象エリアを拡大し、併せて新たに高齢者対応の低床の軽自動車を導入、専従者も1名増やし事業に対応している。買い物弱者の要望として、実際に自分の目で見て商品を購入したいという声が多くなり、新規導入車両は主に送迎事業に使用している。

[実施体制]

三法人の連携・役割分担が事業成功の鍵

本商店街内には、(株)アクティブモコ、(協)森の腰商栄会と、ショッピングセンター「エピ」を管理運営している御殿場まちづくり(株)の三法人がある。

昭和39年に設立した(協)森の腰商栄会が元となり、その青年部員が出資して(株)アクティブモコを設立。併せて、組合員が出資し御殿場まちづくり(株)を三セクで設立した。このような経緯から三者が常に連携し、商店街のソフト事業・ハード整備事業の役割分担を決めて実施している。

買い物弱者対策事業では、(株)アクティブモコが行う商店街ポイントカード事業加盟店の商品を扱っており、加盟店からの手数料により運営費を捻出している。そのため、利用者側の費用負担を求めずに事業を実施することができる。

基本データ

所在地：静岡県御殿場市川島田

会員数：64名

店舗数：95店舗

関連URL：<http://www.mocochip.com/>



買い物支援を行う「チームMOCO」

キーパーソン

森の腰商店街「チームMOCO」

(買い物弱者対策を担う、商店街・(株)アクティブ・モコのメンバー)



左から 梅本 英進
青木 力
大庭 健一郎
千葉 啓子

電話一本「はい・ニコ・ぼん」

「はい」と返事をして、「ニコッ」と笑顔、「ぼん」と即実行する、この『はい・ニコ・ぼん』をこの事業の基本姿勢としています。サービスを利用する高齢者には、「注文したらすぐ欲しい」という方が比較的多く、「子どもと一緒にだね」とスタッフでよく笑いながら話をしています。通常は予約分の配達日時をチームスタッフで調整して決めますが、なかなか予定通りにはいきません。お弁当などの注文が入れば1個からでも配達しているので、特に午前中は車両3台はフル稼働です。注文可能な商品は小冊子形式のカタログに掲載し、市役所や商工会、社会福祉協議会、市内各包括支援センターなどに置いてもらっています。配達商品は代金引換でその都度決済しています。

広報活動は特に行っていませんが、スタッフは電

話対応でも運転でも、利用者との「会話」を非常に大切にしていますので、その中で自然と信頼関係が生まれ、「〇〇さんから聞いたから」という様な、その方から友人へ、またその次の知り合いへと、口コミで利用者が増えているのだと思います。また会話重視のなかで、高齢者の変化に気づくことも多く、地域の「見守り」の役目も果たしていることも、利用者増の要因の一つだと思います。

「事業継続」こそがチームMOCOの使命

買い物弱者対策に対して行政支援がなくなると、同時に事業終了というところが多いと聞いております。私どもの商店街は、商店街振興という全体の取組の中で、ポイントカード事業による収益を宅配・送迎サービス事業に回す、という手法をとりましたが、正直言って運営はなかなか厳しい状況にあります。しかし利用者から「ホントに助かるわ」「アリガトね」等の感謝・ねぎらいの言葉を聞くと、何が何でもこの事業をやめるわけにはいかないと感じます。そのためには、ポイントカード事業に加え、商店街全体で取り組む新たな事業、収益確保の仕組みづくりが早急に必要だと思っています。具体的にはまだ模索中ですが、地域コミュニティのためにも、商店街の各個店のためにも、事業継続することがチームMOCOの使命と考えます。

ここに注目！ 商店街の空きビルを活用し「つくるがある町」を推進、若手創業を支援し、老舗と協力して商店街を活性化。



ポイント

岐阜市にぎわいまち公社と合同で創業促進チームを結成し、全国商店街支援センターの「商店街の創業促進事業」を活用しつつ、「つくるがある町」をテーマに、同商店街の中央に位置する空きビルを、創業を志す人の拠点として一部を改装したうえで、「まちでつくるビル」としてデザイナー、クラフト作家、建築家などのクリエイターに賃貸する新しい取組を行っている。平成24年までの数年は、空き店舗が8件であったが、まちでつくるビルの入居が決まり、現在は4件まで減少した。

[商店街概要及び取組の背景]

「専門職人が集まっていた歴史」を生かして

美殿町商店街は、岐阜市の柳ヶ瀬商店街に隣接しており、柳ヶ瀬とともに栄えた地域型商店街であり、かつては婚礼用品の専門店が並び活況を呈していた。

一方で、商店街では店主の高齢化が進んでおり、あと数年で店を閉めるなどの話があがりはじめ、空き店舗対策が喫緊の課題として浮かび上がった。

時代とともに近隣商店街が衰退していくなかで、美殿町に向かう人も減少し、空き店舗が目立ち始めるなか、商店街に老舗が生き残っていることに着目し、「専門職人が集まっていた歴史」を生かした商店街活性化に取り組んでいる。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

入居者はクリエイター限定

商店街にある空きビルは4階建て、各階22坪～30坪程度の広さがあるが、若者が入居しやすい家賃設定とするため、階ごとに2～3組でシェアする仕組みとした。

また、入居希望者を中心にペンキ塗りなどで、ビル



「つくるがある町」がテーマの商店街

オープン前から商店街内外の人を巻き込んでいった。

美殿町にある老舗店の特徴は、「売る」店であるとともに「つくる」店であることに着目し、美殿町商店街に「つくるがある町」というテーマを設け、ビル名を「まちでつくるビル」と決めた。

ビルの入居者はクリエイターに制限しており、現在は、商店主とのつながりを大事にしつつ、若手クリエイターが商店街へ新しい風を吹かせはじめている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

入居者と共に「つくる市」開催

まちでつくるビルは平成24年12月に入居者募集を開始し、現在はすべての階が入居者で埋まっている。

ビルに入居しているデザイナーが、商店街の夏祭りのパンフレットを作成するなど、入居者と商店街組合が協力して商店街を盛り上げている。また、平成25年11月には新しく「美殿町つくる市」を開催予定で、商店街の老舗家具屋の店主が講師となるセミナーや、江戸時代から続く和菓子屋でのワークショップなどを行う。この「美殿町つくる市」には、「まちでつくるビル」入居者の作品展示やワークショップもあり、老舗店舗と若者が協力して商店街の活性化を行っている。

[実施体制]

検討する場は40年近く続く講で

美殿町では商店主が毎月1回集まる「講(こう)」が40年近く続いており、現在は老舗商店の3、4代目などの50代の店主が講の中心となっている。今年からは、まちでつくるビルの入居者である30代の中心市街地活性化プロデューサー(岐阜市の支援機関である岐阜市まちづくり公社から委託)なども参加し、商店主でイベントや空き店舗対策の問題を検討している。



基本データ

所在地：岐阜県岐阜市美殿町

会員数：31名

店舗数：43店舗

関連URL：<http://www.mitonomachi.com/>



「まちでつくるビル」



キーパーソン

美殿町商店街振興組合
理事長 鷲見 浩一

商店街のポジショニングの整理から 入居者とのコミュニティまで

当初は商店街をサブリース事業者とする計画にしていたが、商店街から難色が出たため、理事長である自分自身がビルオーナーであったこともあり、ビルオーナー(サブリース機能)と入居者との直接関係に計画を変更しました。中心市街地活性化プロデューサーがオーナー、入居者、商店街との調整担当となってくれたので、商店街は本事業をサポートするだけの体制に切り替えられスムーズに話を進めることができました。入居者については、1フロアを代表者(1人)に賃貸し、代表者自身がシェアする入居者を募集する計画にしていたが、現実的には難しく、入居者募集に大変苦労しました。特にビルの顔となる1階は、その他フロア(オフィス・アトリエ)と異なり、店舗としての事業性が強く問われるため、入居者募集にもっとも苦労しました。また、最低限の改装工事で入居者が希望する家賃を

実現する計画が、古い物件のため追加工事が増加し、オーナー負担の費用も増加していく中で、どこまでで改装をやめるかを決めることに苦労しました。

意識して行ったのは、「まちでつくるビル」の入居者が商店街の中で孤立しないようにすることでした。そのため若い店主が入居者を引率して全店舗を挨拶回りしてお互いの自己紹介を行なう「商店街ツアー」を開催し、まずは街中で顔を合わせたときに挨拶し合える間柄になったことは重要なポイントでした。

若いクリエイターを輩出する地へ

今後店主の高齢化に伴う廃業が生じて、跡地に、若い新規創業者が入居しやすい仕組みを作り、空き店舗や更地が増えないようにするためにも、第2、第3の「まちでつくるビル」を作り出すことで、若いクリエイターを街に集め、各分野のクリエイターを探している事業者とのマッチングが行なわれる街にしていきたいと考えています。さらに将来的には、「まちでつくるビル」入居者がここを巣立ち、その分野の一流クリエイターになることで、「まちでつくるビル」が後進の聖地になり、継続して入居者が集まってくる街にしていきたい。また店主と彼らとの関係がより深まることで、街に変化をもたらす、常に話題性がある街にしていくことで来街者を増やしていきたいです。

ここに注目！ **地域大学や NPO との商学連携で、さまざまなイベントを実施、商店街の活性化事業を推進。**



ポイント

地下鉄・日比野駅に隣接し、名古屋学院大学との商学連携や、今年で21回目となる「ひびのこイまつり」等を通じ、来街者の幅広いニーズを満たす利便性の高い商店街となっている。行政や地域団体と連携した福祉イベントへの参加や環境に配慮した清掃活動等への積極的な取組を通じ、地域コミュニティの核として、地域の交流や活性化に重要な役割を果たしている。

[商店街概要及び取組の背景]

商学連携事業により、商店街活性化へ

日比野商店街振興組合は、平成3年に設立された熱田区内で一番新しい地域型商店街である。近隣には、名古屋国際会議場、白鳥庭園などの大規模施設や都市型観光地がある。設立当初62名であった組合員数は、近年、近隣地区に大型店舗が出店したこともあり、平成18年には41名まで減少した。

平成19年に名古屋学院大学が日比野地区に移転し、翌年から本格的な商学連携事業が始まると、大学による継続的な商店街活性化活動が行われることになり、活性化への道すじをつける機運が商店街に湧き上がっていた。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

学生やNPO等のアイデアが各種商品や取組に

平成20年、商店街と名古屋学院大学教職員および学生まちづくりサークル、そして地域NPOが参加する「日比野商店街活性化会議」が発足し、月一回定期例会が開催されるとともに、さまざまな商店街活性化事業へ取組が始まった。学生発案の買い物スタンプラリー「ひびのタウンズ」発行や逸品グルメ事業、大学キャンパス屋上で始まった養蜂で採れた日比野産のはちみ



商学連携で活気を取り戻す商店街

つを活用したオリジナル商品開発、地元NPOが開発したB級ご当地グルメ「あつた餃子」の商店街飲食店での展開など。その後、平成18年には41まで減少していた組合員数は大幅に増加し、平成22年で70を超え、平成25年現在で75にまで達している。

また、女性部が平成24年に発足し、女子学生も多数参加する「ひびの小町」の名称で活動を開始し、女性ならではの視点でさまざまなイベントの開催やオリジナル商品を開発・限定販売を行っている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

月1回のPDCAの点検評価を実施

大学や地域NPOとの連携事業は、収益性にも優れており、地元産はちみつやご当地グルメなどは、会議場や白鳥庭園の来訪者だけでなく地域住民にも支持され、商店街内に年間500万円程度の経済効果をもたらしている。

また、これらの事業を含め、月1回のペースで開かれる「日比野商店街活性化会議」では、商店主だけではなく、学生のアイデアやバイタリティ、大学教授からのアカデミックな視点も入れつつ、いわゆるPDCAサイクルでの点検評価を行っている。

[実施体制]

店主、大学生・教員、NPO、自治体等の 密接な連携

日比野商店街では役員会のほかに、平成20年から月1回のペースで開かれる「日比野商店街活性化会議」が開催されている。この会議には、店主・大学教職員・学生・地域NPO、名古屋市職員も毎回参加しており、主に活性化事業のアイデア出しやPDCAサイクルに基づく点検評価を行っている。そのほかに平成24年から商店街女性部「ひびの小町」が発足しており、商店街の女性だけでなく、名古屋学院大学の女子学生や地域NPOの女性メンバーも参加している。

平成19年には、名古屋学院大学と名古屋市との地域連携協定が締結されており、その中で、商店街活性化への協力・連携が盛り込まれている。また、名古屋学院大学は平成25年には、文部科学省「大学地(知)の拠点整備事業」の認定を受け、地域商業まちづくりの推進を重点事業と位置付けている。

基本データ

所在地：愛知県名古屋市熱田区西郊通

会員数：75名

店舗数：60店舗

関連URL：<http://hibino.sakura.ne.jp/>



「ひびのこいまつり」



キーパーソン

日比野商店街振興組合
理事長 近藤 一磨

地域の商店街と観光の両立を目指して

当商店街は現状では学生の町と云えるほど賑わっている訳ではありません。というのも大学と商店街の間には50m幅の幹線道路と5叉路の交叉点があり、そこを渡らねばならないからです。反対に通学路は住宅街を抜けていくので商店はほとんどありません。また、同じ理由で国際会議場への来訪者が商店街へ足を運ぶのも僅かです。個店がその魅力向上に努めることは勿論ですが、学生向けのサービスクーポンや逸品グルメマップの継続発行で集客の増加に期待したいと思います。本年度から開始した“日比野商店街観光まちづくり推進事業”は国際会議場のホスト商店街として組合員でもある日比野野外市場や白鳥庭園を核に観光客誘致のツールとしてセグウェイでの会議場⇄庭園間移動キャンペーンも実験的に実施しました。本年10月に開

かれるESDユネスコ世界会議では英字版の冊子の発行を予定しており将来的にはインターナショナルな商店街を目指したいと思います。

20年続いた工事を耐えていたら大学がやって来た

当商店街は本年3月に市街地再開発事業が終了しますが、その間20年間道路拡幅、高速道路の新設工事などで工事用のバリケードが林立している町でした。転機は平成17年の大学移転の決定に始まり、平成19年の開校で大学が支援し経済学部の水野先生が指導するカフェ“マイルポスト”が開店しました。同時に商店街と所属する学生との交流が始まりました。以来月1回の活性化会議ばかりでなく、常に顔を合わせる関係になりました。それぞれの活動を補完しあう形で活動が続いています。現在、理事会、活性化会議を始め、各委員会部会を毎月6～8回の会議が有り、組合員の半数がどれかに参加しています。参加するメンバーの営業時間に合わせて会議の時間を設定し、参加しやすい体制を作ることを心がけています。また、組合員のコミュニケーションツールとしてFAXで日比野商店街短信を月1、2回発行して、情報の共有化に努めています。

ここに注目！ **地域の資源を再認識してあるべき姿を可視化、地域と一体感のある商店街を目指す。**



ポイント

外宮参道発展会では、平成15年から地道な勉強会を継続し、地域資源である伊勢神宮への理解増進を図るとともに、商店街のあるべき姿を明文化していった。それをもとに、荷物預かりやベンチの設置等に取り組むとともに、平成23年には跡継ぎが途絶えた老舗の刃物店を継承し、交流拠点「伊勢菊一」として整備した。これらの取組により、過去3年間で約30店が新規出店。来街者は大幅に増加しており、魅力あふれるまちづくりに成功している。

[商店街概要及び取組の背景]

伊勢神宮の「遷宮」を再興のチャンスに！

外宮参道は、近鉄・JR 伊勢市駅から伊勢神宮の「外宮」に至る約400メートルの参道に形成された歴史ある観光広域型商店街である。20年前の伊勢神宮の遷宮を機に「内宮」前の「おはらい町」が賑わいを取り戻したのに対し、外宮参道では1960年代後半から来街者が減少し、空き店舗も増えていた。このため外宮参道発展会では、平成25年にクライマックスを迎えた「遷宮」を再興のチャンスと捉え、約10年前より様々な活性化策に取り組んできた。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

神宮への知識を元にしたPRとおもてなし

地元の商店主に伊勢神宮に関する理解・知識が乏しく、来街者へのおもてなしが不十分であった現状を踏まえ、神宮に関する理解の増進が重要である点を共有化した。また、昭和40年代以降、内宮だけの「片参り」が増えたことが内宮と外宮の参拝者数の格差を広げ、外宮参道の衰退を招いたことから、「外宮先拝」の重要性を内外にアピールし、平成19年には通りの名前を



「外宮参道」に改名した商店街

100年以上続いた「神宮参道」から「外宮参道」に改名した。

さらに、統一感ある古いまちなみで人気を博する内宮前「おはらい町」との差別化を図りつつ、地域コミュニティと一体感のある商店街を目指すべきとのビジョンを掲げ、観光案内やお伊勢参りのガイド、内宮前にはない魅力的な店舗の出店支援、個店での荷物預かりやベンチの設置、神話を題材とした土産物の開発・販売を実施した。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

食の神を祀る外宮ならではのまちづくり

20年に一度の伊勢神宮の「遷宮」の機会を捉えた取組により、減少傾向にあった店舗数は増加に転じ、過去3年間で約30店が新規出店(7店退店)。出店希望者は絶えず、空き待ちの状態が続いている。

地元の食材を扱う食料品店、夜間も営業する魅力的な飲食店が多数出店し、食の神を祀る豊受大神宮(外宮)にふさわしい門前町が実現。こうした飲食店は、ブティック等の買回り品の店舗とともに、地元住民にも好評である。

[実施体制]

交流拠点を核に、ビジョンを着々と実現化

外宮参道発展会では、将来のあるべき姿を目指した取組を着々と実行に移してきた。その際、伊勢ライオンズクラブから寄贈されたVRシステムを用い、将来像を可視化し、イメージを共有するとともに、効果的な町並み整備に向けたシミュレーションを実施。さらに神宮に関する講演会や地元住民や子供達に対する啓発、後継者育成に取り組んでいる。

運営にあたっては、JUING 合同会社が、外宮参道発展会の事務と情報・交流拠点の役割を担っている。

また、伊勢市、伊勢神宮、商工会議所、観光協会、近鉄等とは、外宮・内宮の両宮を参拝するキャンペーンや、全国から食の神である外宮への奉納やその市、外宮勾玉池での奉納演奏などの企画・実施等で協力関係にある。

基本データ

所在地：三重県伊勢市本町

会員数：62名

店舗数：58店舗

関連URL：<http://isekikuichi.com/gekusandou>



交流拠点「伊勢菊一」



キーパーソン

外宮参道発展会
会長 山本 武士

まちづくりは誇りづくり

私が会長に就任した平成14年頃は、外宮の参拝客が一番落ち込んだ頃で、参道としても商店街としても衰退していました。平成5年の遷宮の時も、内宮前の「おはらい町」が町並みを整備し、着々とまちづくりを進めていったのに対し、外宮参道はほとんど何も取り組みませんでした。

そこで私たちは、「まちづくりは誇りづくり」という考えの下に、伊勢神宮や外宮のすばらしさを勉強し、どうすれば神様に喜んでいただけるか、来訪者に気持ち良く参拝していただけるかを徹底的に話し合い、ひとつひとつ実行していきました。すると、「さすが伊勢のおもてなしは違いますね」と褒められる。こちらも気持ちがどん

どん前向きになっていくわけです。

ちなみに、参道の通行量は、平成15年3月を1とすると平成24年が2.1倍、平成25年は4.9倍、同年秋には10倍近くに増えました。商人は、まちの人が輝いている街に目を付けるものです。結果、どんどん新規出店が増えていきました。

「外宮のまち山田」をめざす

外宮参道の活性化はうまくいきましたが、小さな商店街なので限界があります。幸い伊勢市の外宮周辺（旧山田）には10の商店街が接続しており、その延長距離はおそらく日本一になります。これを「山田商店街」と名付け、「外宮のまち山田」としてPRしていきたいと考えています。

最近、各商店街の若手と取り組みはじめてところで、手始めに「伊勢菊一」のような交流拠点をあと4つ整備します。地元と来訪者との心の絆を深め、「来年もあなたに会いに、伊勢に来ます！」と言ってもらえるまちをめざします。

ここに注目！



広域に他地域商店街等との連携を強化し、イベント開催により集客の強化を図る。

ポイント

商店街内の不足業種を補う目的から、商店街の空き駐車場において、地場野菜や手作り食品などを販売するテント市を毎月開催するなど、商店街活性化に向けて積極的な取組を実施している。特に、地域住民を基本的なターゲットにしつつ、より多くの人に商店街を知ってもらうことを目的に、「小京都」と呼ばれる大野市ならではの特徴を活かした「越前大野小京都まつり」を年2回開催し、2日間で数万人が商店街を訪れるなど、短期間で広域からの大勢の集客に成功している。

[商店街概要及び取組の背景]

城下町の中心に位置する歴史ある商店街

400年以上の歴史がある大野の城下町の中心に位置し、JR大野駅から西へ800m、南北へ約250mに延びる近隣型の商店街で、現在も古くから続く店舗が多数残っている。

当商店街周辺には、金融機関や郵便局、病院等日常生活に密接した事業所が集中し、大野市中心市街地活性化基本計画エリア内でも重要な位置を占めている。

一方、市街地の核として商店街の更なる活性化を図るには、より広域的な集客が課題となっている。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

越前大野 小京都まつりの開催

大野市は、城下町として栄えた古い街並みが残り、その佇まいをして北陸の小京都と言われることから、五番商店街では、全国の小京都の物産を集めた「越前大野 小京都まつり」を開催している。

このイベントは、単なる地方の物産展にとどまらず、平成25年の開催時には、兵庫県篠山市の“丹波黒豆”、



「越前大野 小京都まつり」で賑わう商店街

静岡県森町の“次郎柿ワイン”、長野県飯山市の“幻の米”、高知県安芸市の“柚子ポン酢”等、全国の「小京都」と言われる地域や、新潟県、高山市、関市、福井市など各地の特産品を販売するブースが商店街通りのテント内に30余り並ぶという、臨場感漂う全国的にも珍しい物産展となっている。

また、本イベントに合わせて、地元の特産品や地場野菜などを販売するブースを出店するなど、相乗効果による集客増の効果が出ている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

商店街の更なる発展を目指して

「越前大野 小京都まつり」は、春と秋の年2回の開催で、来場者数は2回合わせて5.7万人と集客効果は非常に高く、近隣住民を始め、普段は買い物に訪れないファミリー層や、市・県外からのお客さんも多く訪れており、商店街の認知度向上に大きく寄与している。

また、この取組以外に、商店街の不足業種を補う目的から、商店街の空き駐車場において、地場野菜や手作り食品などを販売するテント市を毎月開催するなど、商店街活性化に向けた取組が定着している。

[実施体制]

運営協力体制

事業の運営に当たり五番商店街では、商工会議所、市と連携し、広報や事業運営の協力を得ている。また、テント市事業では、地元農家、福祉団体、学生などから出店の協力を得ることで、継続的な取組につながっている。



「越前大野 小京都まつり」のテント市

基本データ

所在地：福井県大野市明倫町

会員数：35名

店舗数：35店舗



古都の風情を演出



キーパーソン

五番商店街振興組合
代表理事 福岡 廣志

準備、運営の合理化、見直しにより、 営業活動に集中

商店街のイベント事業は、準備や当日運営等に人手がかかり、個店の売上につながりにくいと言われます。

五番商店街においても、商店街の衰退や店舗減少に伴い組合員の負担は増加していきました。「商売をしたい。そのためにイベントを育ててきたのじゃないのか。何のためのイベントか」という意見が組合員の中から出てくるようになりました。

イベントの運営に力を入れるあまり、平日閑散とした商店街に大勢の来街者が来るというチャンスに個店として対応できない状況になっていたのです。

そこで、イベントを開催しながら個店の売り上げ増加をめざすため、準備や運営方法について役員会を中心に見直しました。

また、商工会議所や市と一体となった協力体制を築くことができたこともあり、準備・片付けの時間短縮と、

組合員が商売に専念できる環境の創出につながりました。

原点への回帰 地域コミュニティーの一員として

イベントが終われば閑散とした商店街に戻ってしまう現状があります。日常的な賑わいづくりには、平日の来街者を増やすことが必要です。商店街では「遠くの親戚より近くの五番商店街」を合言葉に、今一度商売の原点に立ち戻り、人情味あふれ、安心、安全な地域に根ざした商店街を目指していきます。

課題はいっぱいありますが、できる事から取り組みます。まちづくり会社をはじめ、商工会議所、市との連携を更に密にして、空き店舗対策や、コミュニケーションの場の創出などハード面の充実もしていきたいと考えています。

最近、家業を継ぐ後継者が新しい発想で店舗改装、営業をスタートした結果、30代、40代の若いお客様が増えてきました。また若いメンバーを中心に青年部活動再開の兆しも見えてきました。彼らの活動が商店街活性化の力となるよう支援していきたいと思えます。

ここに注目！ **商店街の空き店舗と地域のお母さんの力を活用し、交流の場を提供、地域資源の再開発にも挑戦。**



ポイント

地域資源である“映画”を核とした商店街の魅力づくりとして、映画の主人公「大魔神」の全身像を商店街内に設置するとともに、大魔神にちなんだ商品・サービスを提供している。

また、地域のお母さんの力を商店街活性化に活かす仕掛けづくりとして、地元のNPO団体と連携し、空き店舗を活用したコミュニティスペース「キネマ・キッチン」を開設し、親しみを込めた「おもてなし」を行い、親子から高齢者まで、幅広い交流の場を提供するなど、地域団体、住民有志と深く連携した地域の「ひと力」を活かした他にはない商店街づくりに尽力している。

〔商店街概要及び取組の背景〕

「キネマのまち」の商店街

太秦広隆寺から帷子ノ辻に至る全長約600mからなる近隣型の商店街。戦後、夜店が並ぶ「夜市」から始まり、昭和46年に振興組合が組織されている。

商店街が立地する太秦地区は、昭和初期から複数の撮影所が立ち並ぶなどキネマの都であり、映画にまつわるさまざまなエピソードが息づいている。

一方、大映通り商店街は、来街者の減少や空き店舗増加によって失われた活気を取り戻すため、地域資源“映画”をテーマとした取組を行ってきたが、商店街活性化の力としては活かしきれていなかった。

〔取組の概要・効果〕

Plan・Do

にぎわいを取り戻すために

地域のお母さんの力を商店街の活性化に活かす仕掛けづくりとして、地元のNPO団体と連携し、空き店舗を活用した惣菜と弁当の販売及びカフェを運営するコミュニティスペース「キネマ・キッチン」を開設した。



5メートルの大魔神像を大映通りに設置

親子から高齢者まで気軽に入ってくるつるげる交流の場を提供している。

また、映画を核とした商店街の魅力づくりとして、かつての大ヒット映画の主人公「大魔神」の全身像を商店街内に設置するとともに、大魔神にちなんだ商品・サービスの開発を企画している。

さらに、キネマ・キッチン内をミニ映画博物館仕様にレイアウトするなど、映画を語り楽しめる場となっており、映画を介した人のつながりが商店街や地域の活性化につながっている。

〔効果の評価と改善策の実施等〕

Check・Action

地域に愛される商店街として

「キネマ・キッチン」は、開店から2週間で、約700名の利用者があるなど来街者からの支持を得ており、コミュニケーションの場として商店街の核となっている。

また、インパクトのある大魔神像を設置したことにより、遠方から映画ファンが訪れ、映画にまつわるエピソードなどを通じて、利用者間の交流が自然に行われている。「キネマ・キッチン」と映画の相乗効果により、来街者数が、昨年度に比べ2.5%増加しており、特に若い世代の親子連れや、若者グループなど、今までになかった新たな客層の来街が目立っている。

[実施体制]

立場・分野を超えた取り組み

30代・40代の現役育児中の母親が中心メンバーである「NPO法人子育ては親育て・みのりのもり劇場」は、商店街内に事務所を置き、親子向けのイベント開催や「キネマ・キッチン」の運営など、商店街と連携して数々の活動を実施している。

また、商店街若手店主と地域の有志が中心となって「チーム・キネマ」を結成し、商店街活性化を目的として活動を行っている。「チーム・キネマ」はこれまでの活動で培われてきた商店街と大学・学生・地域団体との関わりが「チーム」として組織化されたものであり、地域と商店街を結びつける役割を担っている。

「チーム・キネマ」は、商店街の各種イベントに新しい発想で新企画を実施するなど、商店街活性の一翼を担う重要な位置づけとなっている。

基本データ

所在地：京都府京都市右京区太秦堀ケ内町

会員数：59名

店舗数：76店舗

関連URL：<http://kinemastreet.com/>



コミュニティスペース「キネマ・キッチン」



キーパーソン

大映通り商店街振興組合
理事長 小林 久雄

困難を乗り越えて

かつては「日本のハリウッド」とまで言われた大映通り商店街も、時代とともにすっかり様変わりしました。私はこの商店街で30年以上商売をしています。その繁栄も、さびれていくさまも、風景と売上で体感してきました。「なんとかしたい」その一心で、数々の活性の取組を続けてきましたが、目に見える効果はなかなかあがらず、「これも、逆いようのない時代の流れなのか」という諦観と、それに抵抗したい気持ちと、日々揺れ動くなかで理事長を務めてまいりました。資金面や組合内の「想いの共有」の不足もあり、起爆剤となるアイデアや、主体となって取り組む人材の確保も難しい現状がありました。

しかし、組合に加盟している地域活性NPO法人や、近隣大学のゼミなどが取組に参画して下さり、組合員でも積極的な店主の情熱が活かされるような活性事業

を展開することが可能となりました。高さ5メートルの巨大大魔神像誘致や映画をテーマとしたコミュニティ・カフェ開設、道路のカラー再舗装など、思い切った補助金事業を実施することができ、商店街に新しく強い風を吹き込むことができたと思います。

地域の人で賑わう商店街をめざして

ランドマークや施設が、ただ「そこにあるだけのモノ」になっている事例もよく聞きます。大魔神像やコミュニティ施設の設置を一時の話題づくりで終わらせず、恒常的な賑わいにつなげていくためには、継続して、「映画」を核とした取組を続けていく必要があります。しかし、新しい風—変化—は、無条件に歓迎されるとは限りません。急ぎ足で事業を進めていく中で、商店街全体の「想いの共有」はなかなか難しいものがあります。昔からこの商店街を愛し守ってきた、歴史ある店舗さんなど、そこにもやはり大切にしなければならない「想い」があります。「賑わいを取り戻したい」という気持ちは共通しているのですから、その取組への理解を求める努力を続け、地域に開かれ、地域に愛される商店街として、想いをひとつにして活気ある商店街をつつていきたいと思っています。

ここに注目！ **商店街の魅力を積極的に情報発信し、新たな顧客ニーズに対応、持続する商店街を目指す。**



ポイント

当商店街は、役員をはじめ事業部、青年部、IT部などが中心となり、女性や若手の力を活かしつつ、数々の先進的な事業を実施している。特に、「1000ピースプロジェクト」は、旭区商店街のファン(千林エリア)のプラットフォームを形成、商店街の枠を超えた「地域の中の商店街」の役割を担っている。

また、大阪市内で初めての「100円商店街」を実施するなどの他、空き店舗を活用したコミュニティスペース「千林ふれあい館」にて物産展やチャレンジショップ等を頻繁に開催している。

[商店街概要及び取組の背景]

日本一元気な商店街！

京阪電鉄「千林」駅と大阪市営地下鉄谷町線「千林大宮」駅の間を結ぶ全長660mに延びる地域型商店街である。明治43年の京阪電鉄「千林駅」開業を発祥に100年を超える歴史を有し、大阪でも有数の人通りの多い商店街である。商店街は一貫して「スーパーと共存共栄を図る」姿勢を貫き、大型店を排除せず、常に前向きにしのぎを削る中で発展を遂げている。

一方、新たな顧客ニーズや消費動向への対応、近隣・広域双方の買い物客の集客、空き店舗対策が課題でもあった。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

チャレンジ精神

新たな顧客ニーズへの対応としては、全国商店街支援センターの「平成24年度商店街活性化モデル創出事業」として「1000ピースプロジェクト」を実施、チームを作り、地域の魅力を発掘し、PRすることで、千林ファンを増やすことを目指している。



連日賑わいをみせる千林商店街

また、大阪市内で初めてとなる「100円商店街」や、京阪電鉄とタイアップし、同路線を利用した買い物客の運賃の一部を負担する「千林来て-なキャンペーン」をはじめ、毎月数々の販促事業を実施して、買い物客の集客に取り組んでいる。

さらに、「千林ふれあい館」など、空き店舗をイベントや販売活動に有効利用した地域活動事業などを実施して、成果を上げている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

新たな顧客ニーズに対応

「1000ピースプロジェクト」は、現在2年目に入り、PR発信活動としてホームページの開設やフリーペーパーの発行(毎月発行)、トークサロン(情報交換会)などが具体化している。

「100円商店街」は、周辺4商店街での実施に拡大するなど回を重ねる毎にレベルアップするとともに、その開催回数も9回におよび、商店街の販売促進活動として定着している。

「千林ふれあい館」では、各地物産展、チャレンジショップ、学生による展示会などが頻繁に開催されている。

[実施体制]

しっかりした組織力

商店街の店舗は全て組合に加盟している。現在の組合員数は192名にも及ぶことから、地域別に班を組織(全部で10班)し、それぞれの班長が各班を統括して連絡調整を行うことで緊密性と機動性を高めている。

具体的な企画や運営は理事のもとに事業部や青年部、IT部などを設け、それぞれが連携して事業を進めている。

後継ぎとなる人材が他の商店街に比較して豊富であることもあり若手や女性の活躍が目立っている。また、事業実施にあたっては、地域団体、区役所や近隣商店街、近隣大学等とも連絡は密であり、友好的かつ効果的な運営を行っている。

基本データ

所在地：大阪府大阪市旭区千林

会員数：194名

店舗数：199店舗

関連URL：<http://www.senbayashi.com/>



商店街を盛り上げる店主たち



キーパーソン

千林商店街振興組合
理事長 西川 徹

率先垂範のリーダーシップ

他の商店街からよく言われるのが組織力の強さと前向きな姿勢に驚かれる。理事を中心にイベントを行う事業部、福利厚生やまつりを行う青年部などの縦のライン。商店街を10班に分け、各班に班長や理事などを置き、商店街を動かす横のライン。各班の班長、理事を通じて現場からの要望も理事会に上がる。この縦と横のラインが円滑に動くためには、あくまでも人次第である。

「ひとことで言えば、コミュニケーション。よく話し合い、相手の言葉をよく聞いて理解するなど、ごく普通のことばかり。そんなに難しいことは考えていません。また商店街のPRを率先してやるのも自分の役割であり、まずは率先垂範のリーダーシップで、若手のやる気に火をつけることが「人づくり」の第1歩だと思います。」

自主性とチャレンジ精神

商店街の活性化において必要な人材は「自分のお店を大事にし、商店街を愛し、現状を変えていこうという想いを持つチャレンジャー」が大切。

ただ「やりたい」という言葉だけではなく、計画に具体性が伴わず、石橋を叩く慎重さが感じられなければ「本気度が足りない」と判断し、「本気でやっている」と認めれば商店街が一致団結して応援をする。

「古い話ですが、千林の先々代や先代の人たちの行動力が素晴らしかった。僕らも若い頃、青年部でいろいろなことをやらせてもらいましたが、上の人たちに対抗するような気持ちでチャレンジしたものです。若手が先輩たちの胸を借りるつもりで『対抗』し、やりたいことを本気でやろうと努力する。その一方で、先輩が度量を見せて『やってみろ』と、思い切って予算と権限を後輩たちに託す。これが千林流の人材育成のスタイルです。次世代が育つと、またその次の世代が彼らの背中をみてやっていく。そうやって商店街を承継していくことが一番いいと思います。」

長田神社前商店街

(長田神社前商店街振興組合)

兵庫県神戸市

ここに注目！ **ポイントカードの端数を地域の非営利団体に寄付、
団体間ネットワークの形成で、地域を活性化する。**



ポイント

平成13年から「地域と生活に密着」をコンセプトにポイントカード「タメ点カード長田」事業を実施している。

同事業の最大の特徴は、ポイントカードに付与された100円未満の端数ポイントを現金に換えて、地域の非営利団体(婦人会、学校PTA等)を指定して寄付できることで、会員数もサービス開始から4ヶ月あまりで1万人を突破した。同事業は、様々な地元の社会活動への貢献は勿論のこと、地域団体間のネットワーク形成に大きく役立っており、商店街が地域活動の核として欠かせない存在となっている。

[商店街概要及び取組の背景]

復興商店街の先駆者として

長田神社の門前商店街として大正9年頃に発祥。平成7年の阪神・淡路大震災で店舗の多くが全半壊という壊滅的な被害を受けたにもかかわらず、まちの人々の暖かい声援に支えられ、商店街の必死の努力の甲斐もあって、比較的早期の再建を実現した不屈の商店街である。近隣には複数の商店街や市場が立地し、地域からの日常の買い物客や長田神社の参拝者でにぎわう近隣型の商店街である。

一方、阪神・淡路大震災後、100店以上あった店舗数が約60店まで減少。また、隣接の競合店が独自のポイントカードを始めたため、差別化が必要であった。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

端数ポイントの無駄をなくせ！

商店街の代表者と小売市場の代表者が幾度もポイントカードシステムの構築方法や既存カードとの差別化について議論を重ね、オーダーメイドのシステム構築を実現した。助成金の活用等によりコスト面での課題



商店街のシンボルの大鳥居

を解決した。また、ポイントカードに付与された100円未満の端数ポイントを地域の非営利団体を指定して寄付できるようにするなど、地域に貢献する仕掛けづくりを行った。

この仕組みで、ポイントの端数の無駄をなくすだけでなく、商店街と地域団体、学校等との関係づくりに大きく寄与し、その後のイベント等での連携を可能とした。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

地域と生活に密着

「タメ点カード長田」事業は、ポイントの一部を指定する地域団体に寄付できる仕組みが顧客からの支持を受け、サービス開始から4ヶ月あまりで会員数が1万人を突破した。その後も試行錯誤を繰り返しながらシステムの改善を行い、今ではポイントの全額を指定する地域団体に寄付することも可能である。

同ポイントカード事業は長田神社前商店街のコンセプト「地域と生活に密着」を体現する地域に欠かせないカードとなっており、地域活性化に大きく貢献している。

[実施体制]

グージー瓦版会議

ポイントカード事業を実施するに際し、定期的に勉強会を開催していたが、商店街だけでなく、小売市場、ボランティア団体、婦人会、PTA、福祉協議会など地域の様々なメンバーを巻き込む情報交換会「グージー瓦版会議」として発展し、今でも月に1回の開催が継続している。これらの協力関係により、地域を巻き込んだ持続可能なイベントの実施が可能となった。



基本データ

所在地：兵庫県神戸市長田区长田町

会員数：59名

店舗数：98店舗

関連URL：<http://tameten.jp/>



端数ポイントを地域活動に寄付できる「タメ点カード長田」



キーパーソン

長田神社前商店街振興組合
理事長 五嶋 靖浩

福のあるまち長田神社前

「福のあるまち長田神社前」をコンセプトにまちのにぎわいづくりを進めています。

長田神社のおつたち詣りの日には商店街の売り出し「ぼっぺん市」をはじめ、陶芸、木工、竹細工、ガラス、織物など、いろんな作家の方が出展する「ぼっぺん工房市座」が開催されるとともに、地域の菓子屋さんがおすすめの逸品を持ち寄る「長田萬福茶屋」もサンドール北広場にオープンして長田のおつたちに華を添えています。

地域の方々との交流はカードの端数ポイントの寄付団体(グージー瓦版会議)で、地域活動の話による共通意識を持つようにしています。

地域密着型の商店街として

当長田神社前商店街はあくまで地域密着型で、地域の囲い込みを目指すべく種々の事業を行っています。

その一つとして、グージーサービスLLP(有限責任事業組合)を地域の商業団体と一緒に立ち上げ、顧客とより一層きめ細かい情報のやり取りを行えるポイントカード事業を開始します。これまでの「タメ点カード長田」を更に強化し、新たな機能を持たせた新カード「萬福カード長田」の運営を開始し、地域住民の安心・安全な生活環境を守るため、なお一層綿密な情報処理を行っていきます。

また、宅配サービスにより安心した商品の提供を図るなど、地域及び住民の安心・安全を確保することで、これからもよりよく住みやすい地域を守っていきたく考えています。

ここに注目！ 日本一短い私鉄「紀州鉄道」とタイアップ、
補助金に頼らない手法で利用客を“おもてなし”。



ポイント

観光客も楽しめる商店街づくりを目指して、商店街が自主的に協議会を設立。県も重点的な支援を行うなど、地域全体で事業計画の策定に取り組んでいる。その結果、平成25年10月には、日本一短い私鉄として知られる紀州鉄道と連携し、乗客に商店街で使えるクーポンチラシを配布する「ごぼう寺内町ふれあい商店街事業」の策定に至った。また、「紀州鉄道」・「商店街」といった点と点を繋ぐ取組のほか、「個店サービス＋御坊の歴史語り付」などの工夫を凝らした「おもてなし」で利用客を出迎えるなど、人と人との繋がりを大切にしたい取組にも力を入れている。

[商店街概要及び取組の背景]

商店街に元気を取り戻せ

12の商店街組織で構成される御坊市商店街振興組合連合会は、御坊市の中心部に位置し、古い町並みで知られる「寺内町」を核に地域住民の交流の場として近隣型の商店街に発展してきた。

しかし、近年は大型店の進出による来街者数の伸び悩みや後継者問題、空き店舗の増加などにより、かつての賑わいは影を潜めているのが現状である。

そこで、商店街に元気を取り戻そうと官民がスクラムを組み、地域が一体となって具体的な振興策の策定に着手した。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

紀州鉄道と連携した『おもてなし』事業

御坊市や御坊商工会議所などが力を入れている観光推進と商店街活性化を繋げるため、「りんこう」の愛称で親しまれている地元ローカル鉄道の紀州鉄道と連携し、鉄道の乗客を対象に商店街でおもてなしする「ご



古い町並みを残す商店街

ぼう寺内町ふれあい商店街事業」を実施。このような鉄道と商店街との連携は、全国的にも珍しい取組であるが、利用客の反応も良く、来店客が増加した個店も出始めている。今後、車内で商店街情報や生活情報の提供も行うことにしており、軌道に乗ればますます地域の活性化に繋がるものとして期待できる。

また、地域貢献として社会福祉法人が空き店舗を活用して実施する「障害者の就労支援を目的とした古民家レストラン」との連携も進めることにしている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

“もっと” がんばる商店街を目指して

地域が協力し合いながら策定した「ごぼう寺内町ふれあい商店街事業」は、観光客のみならず地元住民からも好評の声を得ているが、まだまだブラッシュアップが必要である。例えば、紀州鉄道と連携したことで商店街を回遊するための「導線」は確保できたが、「物語（ストーリー）」が乏しい。そのため、今後は地元の語り部などとも協力しながら物語を作ることに取り組み、この地を訪れる皆さんに楽しんで買い物をして貰える仕掛けを作っていく。

〔実施体制〕

「知識」ではなく「知恵」を出し合う

御坊市商店街振興組合連合会では月に1度協議会を開催し、商店街の振興を目指して具体的な計画づくりを進めている。コンセプトは“補助金に頼らないソフト事業づくり”で、県、市、商工会議所、社会福祉法人などが参加し、「知識」ではなく「知恵」を出し合いながら計画を策定するよう心がけている。

また、この協議会を通じて第2弾、第3弾の計画を策定することになっているが、その際にはいろいろなプレイヤーが必要になるため、会員から新たに若手5人を選出して体制の強化を図ったところである。

商店街振興はまちづくりの観点から行うことが重要であり、そのことを参加者全員が認識しているため、それぞれが当事者意識を持ち、互いに連携しながら取り組んでいる。

基本データ

所在地：和歌山県御坊市菌

会員数：288名

店舗数：288店舗

関連URL：<http://www.gobo-cci.or.jp/>



紀州鉄道と連携して商店街のクーポンチラシを配布



キーパーソン

御坊市商店街振興組合連合会
理事長 坂井 和夫

補助金に頼らない“足腰の強い”事業づくり

補助金頼みのイベントは、どうしても一過性のものになりがちで長続きしません。そこで私たちは「費用をかけずに」「年間を通じて実施できる」事業づくりに取り組み、商店街の活性化を図ることにしました。

まず始めに行ったことは、協議会の設立です。今の時代、商店街の力だけで商店街を活気づかせるのは難しくなっています。そのため、県や市、それに地元を走る紀州鉄道などにも参加して貰い具体策を検討することにしました。協議会での約束事は「評論家にならない」「『誰が・どこで・何をするか』を具体的に考える」ということでしたが、出席者は当事者意識を持って一生懸命知恵を出し合いました。一番苦労したのは、補助金がゼロであることをどうやってカバーするかということでしたが、関係機関には極力無償で対応して貰うよう

お願いし、協力して貰いました。例えば、私はクーポンチラシを作成、紀州鉄道は無償で車内や駅舎のスペースを貸し出すという具合です。

補助金に頼らない事業を作るのはとても大変なことでしたが、その分、多くの方と協力して作っているという実感が湧きましたし、何より補助金に左右されない“足腰の強い”事業ができたことが商店街にとって大変意義深く、頑張った甲斐があったと思っています。

地域コミュニティの担い手になるために

商店街は単なる“買い物の場”ではなく、まちの顔でもあり地域住民が「集い、憩い、楽しむ」場でもあります。私たちは買い物に来られる地元の皆さんやこの地を訪れる観光客の皆さんに楽しんで買い物をして貰える商店街づくりを目指していきます。同時に街路灯の整備や防犯カメラの設置を進め、安全安心を提供していきたいと考えています。

新鳥取駅前地区商店街

(新鳥取駅前地区商店街振興組合)

鳥取県鳥取市

ここに注目！ **官民一体で施設整備・イベント拡充を図り、商店街のにぎわいを創出する。**



ポイント

商店街にある3つのアーケードを段階的に整備し、県都の玄関口にふさわしいシンボルロードの景観形成に寄与している。

また、平成22年には駅前通りアーケードを、平成25年にはサンロードアーケードの照明をLED化するなど、環境に配慮したまちづくりにも取り組んでいる。

鳥取市が商店街に隣接する駅前太平線に整備した大屋根「バード・ハット」と芝生広場の維持管理と運営を当商店街が行っており、官民連携によるにぎわい創出に取り組んでいる。

[商店街概要及び取組の背景]

商店街を取り巻く様々な課題

JR 鳥取駅前に広がる商圈人口約30万人の広域型商店街で、昭和46年に振興組合として法人化した。

メロディアンロード等の街区の環境整備や各種イベント等のソフト事業による商店街活性化に取り組んできた。

しかし、当商店街区の通行量は過去5年間に於いて減少傾向にあり、合せて空き店舗数も増加している。

平成23年に地域住民及び来街者にアンケート調査を実施したところ、アーケードや通りの安全安心の確保、休憩スペースやトイレの不足、商店街の業種不足、イベントの拡充や賑わいづくりの必要性が挙げられた。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

施設整備とイベント拡充

安全安心面では、駅前通りアーケード、サンロードアーケードの改修事業、鳥取市との連携による駅前太平線バード・ハットの整備運営、アーケードの全照明LED化、防犯カメラの設置等を実施した。同時にソフト事業



バード・ハットでの子供ファッションショー

においては、いなばのお袋市、駅前情報板、生ゴミリサイクル事業、ユニークな駅前マップなど新しい企画に挑戦し続けている。

来街利便性施設の整備としては、休憩交流スペース及び公共トイレの整備。また、空き店舗活用による不足業種店舗の誘導を実施した。

さらに、「いなばのお袋市」等アーケード空間を活用した既存イベントを充実させるとともに、バード・ハットでは年間を通じて連続大型イベントを開催した。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

不足業種を誘導し、集客数向上へ

3つのアーケードを改修することにより、商店街の開放感や明るさを確保するとともに、バード・ハット整備により、周辺店舗のファサード整備を誘発した。

また、AEDや防犯カメラの設置により、来街者の安全安心を確保できた。

さらに、バード・ハットイベントを官民一体の取組で企画運営し、オープンから4ヵ月間で来場者数は69,270人にのぼった。

これらの取組により、街区内で減少しており不足業種である物販店等を4店誘導し、集客数向上と共に回遊性、滞留性の増加を図った。

〔実施体制〕

商店街活動を支える推進体制の構築

新鳥取駅前地区商店街では、①組織運営の舵取りをする「理事会」の月例会議 ②個別事業の具体的推進を図る「総務企画・情報文化・商業ふれあい・街づくり・ファーストレディ(女性商業者育成)」の5委員会の事業に合わせた推進会議 ③個別プロジェクトでの事業検討委員会の3つの活性化推進体制を構築している。

また、鳥取県、鳥取市をはじめ鳥取商工会議所、鳥取県中小企業団体中央会、鳥取市中心市街地活性化協議会等の中間支援組織、さらに、中小企業基盤整備機構の専門家派遣等による専門家・アドバイザーを有効に活用した事業の推進体制を適宜適切に構築し、フレキシブルな商店街活動を精力的に展開している。

基本データ

所在地：鳥取県鳥取市今町

会員数：85名

店舗数：69店舗

関連URL：<http://www.eki.or.jp/>



ゆるキャラパレード



キーパーソン

新鳥取駅前地区商店街振興組合
理事長 英 義人

事務局体制を強固なものに

例にもれず、全国の商店街振興組合、いやあらゆる団体組織において会員の帰属意識は衰退し、弱体化しているのが現状であります。もちろん組合員全体が一致団結して各種事業に関わっていくことは当然なことなのですが、それを待っていると、このめまぐるしい商業環境の中で取り残されてしまうのは火を見るより明らかです。

その中で当組合においては、まず事務局体制を強固なものにし、イベント担当を専属とすることでスムーズな運営が可能となるよう心掛けました。私自身も『よきに計らえ』論ではなく、イベント、にぎわい活性化に関わるすべての委員会に百パーセント出席することで士気を高めたつもりです。紆余曲折はありましたが、その効果もあり皆が期待以上に動いてくれたことに大きな達成感を覚えております。

駅前タウン構想の確実な実現

戦国時代の毛利家の家訓に『三本の矢は折れない』という言葉があります。当駅前商店街はまさに駅前通り、サンロード、太平線通りと三本の通りから構成されており、この五年間の活性化事業の中で新築、あるいはリニューアルにより大きく変貌致しました。私たちはこの三本の通りを軸に、単なるストリートではなく面としての回遊性をもたらす駅前タウン構想を確実に実現していく使命があります。その中でも核となるバード・ハットは、官民一体となって取り組んできた要の事業であります。この広場のコンセプト『市民みんなの発表の舞台』が示すように、たくさんの皆さまに活用して頂いております。また、道路専用許可特例を活用し、芝生広場にテーブルや椅子を設置することで、市民が休憩できる「くつろぎのふれあい空間」の形成を目指します。

組合員一丸となった取組で新しい駅前を発信し、街を変えていきたいと思っております！

ここに注目！



サブリースの手法を活用した施設整備や活発なイベントの実施により、子供や女性など新たな来街者が集う商店街を目指す。

ポイント

老朽化したアーケードの改築問題を機に、商店街若手後継者の活動が活発になり、平成23年に商店街若手後継者が自らまちづくり会社を設立し、空き店舗の解消やイベント事業等に積極的に取り組んでいる。

まちづくり会社では、NPO法人やボランティアと連携しながら、イベントや街の安全・安心活動に積極的に取り組んでいる。

また、地域商店街活性化法に基づき地域商店街活性化計画を策定し、全国的にも珍しい環境に配慮した屋上緑化アーケードの改築や情報発信機能として大型ビジョンを設置するなど斬新な商店街づくりを行っている。

[商店街概要及び取組の背景]

松江新大橋商店街に求められていたもの

昭和8年、新大橋商店街は和田見川の埋め立てと新大橋の架橋によって誕生、発展した新大橋通り沿いをエリアとする地域型商店街であり、昭和45年に振興組合として法人化した。JR松江駅に近接し、伊勢宮という山陰最大の歓楽街に隣接していることから、飲食店割合が60%超と高いことが特徴である。

一方、地域住民や来街者アンケート調査により、明るく安全で清潔なアーケード通りにしてほしい、女性やお年寄りにも居心地のよい空間が欲しいという意見が多数を占め、安心・安全な環境整備、交流できる場の提供などが、課題として浮上していた。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

施設整備やソフト事業により多世代が集う

平成23年に地域商店街活性化計画の認定を受け、アーケード改築や防犯カメラ設置を実施し、誰もが安



伊勢宮地区で開催された「日本酒のイベントENZUIGIRI」

全・安心に通行できる歩行空間が誕生した。

毎年、売布神社で行われてきた神事「スズキ祭り」を、子どもから高齢者まで楽しめるイベントに変更したところ、地域内外の交流の場として定着している。

また、伊勢宮という立地と地酒を活かした縁結びイベントなどは、新大橋商店街ならではのイベントとして、女性にも人気となっている。

さらに、空き店舗解消のために、サブリース(大型の物件を一括賃借し、用途に合わせ改修を行い、小分けまたはそのままの規模で転賃)の手法を活用したテナントミックス事業により、地産地消をメインとした創作和食店、自社焙煎のカフェなどこれまで商店街になかった特色ある5店舗が開業したため、商店街の表情が一気に変わった。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

女性客や家族連れの割合の増加へ

新たに改築したアーケードは、全国初の取組として屋上緑化を施し、また天井が高く開放性があり、明るく安心・安全な空間を提供している。特色のあるイベント開催とあいまって、直近の歩行者調査では、通行量の増加とともに、女性の占める割合が高くなっている。また、以前よりも家族連れの姿が多く見受けられるようになった。

[実施体制]

幅広い主体が連携した事業展開

商店街の若手後継者が設立したまちづくり会社(株)伊勢宮界限元気プロジェクトが中心となり、その他の商店街メンバーや周辺の若手商業者も加わり、地域の見回りやイベント等のソフト事業を展開している。

また、新たな取組については、NPO法人まつえ・まちづくり塾や歴史や寺社に詳しい女性サークルとも連携して検討している。

空き店舗を所有する地権者と商店街やまちづくり会社との間に、コーディネーター役としてNPO法人が存在することで、スムーズな協議が行われており、賃料水準適正化への取組も行っている。

商店街活動が活発になるに伴い、組合員同士のコミュニケーションも深まり、イベントへの自主的な協力も進んでいる。

基本データ

所在地：島根県松江市寺町

会員数：44名

店舗数：64店舗

関連URL：<http://matsue-shinoohashi.jimdo.com/>



まぐろの解体ショー



キーパーソン

松江新大橋商店街振興組合
理事 杉谷 篤志

高齢者や若者が交流できる仕組み作り

当商店街は、山陰で最大といわれる夜の繁華街「伊勢宮地区」の西側に隣接しており、周辺に飲食店が多数営業をしております。普段から商店街エリア外の飲食店店主達と連携しソフト事業等も一緒におこなっています。それによって、旧態依然とした商店街イベントばかりではなく、島根の日本酒を使ったイベント、婚活イベントなど、いろいろとユニークな発想を取り入れる事が出来ています。

商店街とその周辺には高齢者と、近年商売をする為にやってきた若者達が入り混じって営みをしています。どうしても考え方の相違があり、お互いの立場を理解する事が難しいようです。

そこで商店街に隣接する「売布神社」の例大祭に合わせ「縁日」を何十年振りに復活させ、「出雲神楽」を

神社拝殿でおこなったり、子供達に遊び場を提供したり高齢者や若者が交流する事が出来る仕組み作りをおこなっています。

商店街の活性化を目指して

長年空き家だった店舗を、サブリースの手法を取り入れ改修等を加えた上で、今まで当商店街に無かった業態をテナントミックスとして誘致しました。この取組を通じて地域住民や若い女性等、昼間の来街者の増加をはかります。

また、松江市には年間4~5万人のお客様が大きなコンベンションで訪れます。そのお客様がコンベンション後に当商店街を中心とした伊勢宮エリアや、松江市内にある他の商店街で活発な消費活動をしていただけるようコンベンション会場に出向きPR活動をおこないます。それに連動して「松江飲食おもてなしガイド」というホームページを立ち上げ、コンベンション参加者が容易にアクセスし安心して地元飲食店をご利用できるように運営します。

この両方の活動から、新規来街者の掘り起しを図り活性化を進めます。ハード面としては、全国初となるアーケード屋根上緑化のモデルケースを目指します。

天神町銀座商店街

(天神町銀座商店街振興組合)

山口県防府市

ここに注目！ **若手店主と地元高校との連携や「幸せます」をテーマとした特色あるイベントの開発により、商店街の活性化を実現する。**



ポイント

商店街の愛称の『幸せます通り』から、防府天満宮で結婚式を挙げた新郎・新婦を商店街全体で祝福するなど、市民や来街者への「おもてなし」を実践中である。若手店主と高校生の共同企画による販売実習や、空き店舗を活用した「チャレンジショップ」「公共サービス施設」「子育て・福祉・介護施設」を展開している。

また、年間を通じたイベントや地元の伝統を活かした取組などで、地域に開かれ、親しまれる「コンパクトな商店街」を目指している。

[商店街概要及び取組の背景]

商店街を取り巻く厳しい環境の中で

本商店街は、日本三天神の防府天満宮の門前町として栄えてきた地元密着型商店街である。また、市内唯一のアーケードのある商店街として、1年を通して様々なイベントのメイン会場としての役割も担っている。

しかし、各地の中心市街地商店街と同様に、来街者の減少に加え、経営者の高齢化、後継者不足など、多くの課題を抱え、個店の経営や街なかイベントの運営が年々困難な状況となっている。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

地元高校生との連携と若手の参画

その解決策のひとつとして、商店街を活用した高校生による販売実習の取組を開始する。生徒が授業の一環として商店街活動に参加することにより、学校や保護者、地域住民及び商業者との垣根が払拭され、年々高校生のサークル活動やイベント等に対する理解が増し、商店街の組合員からの協力も得られるようになった。

現在では、この取組を更に進化、発展した形として、高校生と地元若手店主が共同企画して販売する「ホ



商店街の愛称「幸せます通り」

ットショップ」や高校の文化祭を商店街で開催する「天神まちかどフェスタ」などを展開し、多くの市民の方からも高い評価を受けている。

次に、街なかイベントを継続する解決策としては、元気のある若手店主、高校生や市民ボランティアなどからの企画、支援を受けることである。その企画から、防府伝統の奇祭「笑い講」を参考に「お笑い体操」「お笑い三笑」「お笑い選手権」のお笑いイベント3部作が誕生し、参加者に体験してもらう取組を展開している。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

商店街と福祉・介護サービスの連携へ

こうした取組により、賑わいの創出や活性化には繋がったが、空き店舗の改善には繋がっていない。そこで、本商店街は、更なる商店街のコミュニティ機能の強化を図るため、「高齢者(商店街で働く店主も含め)にやさしい商店街づくり」を目指して、以下の事業を実施している。

まず、商店街内の空き店舗に「小規模多機能型居宅介護・有料老人ホーム」、「子育てサロン」、「地域包括支援センター」など福祉・介護サービス施設の誘致を図った。今後は商店街と福祉・介護サービス機能が連携して新たな事業展開をできないか模索中である。

[実施体制]

さらなる事業推進に向け

各種イベントの実施体制としては、防府天満宮の梅鉢の紋のように地元企業・教育機関・市・まちづくり防府・若手店主の5者が相互に結束することにより、多くの来街者をおもてなしすることを可能としている。

また、理事長を中心とする商店街組織のほかに、各商店街の若手店主で結成された「和勝会(わかちあい)」が、新たな商店街活性化事業の提案を行っている。



※実施体制イメージ図

基本データ

所在地：山口県防府市天神

会員数：35名

店舗数：35店舗

関連URL：<http://www.h-c.or.jp/ginza/>



アーケードで開催中のフリーマーケット



キーパーソン

天神町銀座商店街振興組合
理事長 坂本 恵次

商店街活性化のための連携体制と若者の力

本商店街は防府天満宮の門前町として古くから栄えてきましたが、大型店舗の相次ぐ出店等もあり、来街者の減少や後継者不足、空き店舗の増加という問題を抱えています。加えて商店街店主の高齢化で各種イベントの運営も困難になってきたため、商店街を活性化させるためには、それを補う連携体制と若者の力が必要と考えました。そこで、地元企業・教育機関・市・まちづくり防府・若手店主の5者が相互に結束して、防府のまちづくりや街なかイベントを応援するという体制を築くことに力を入れました。

また、将来を担う市内の商業高校生を育成し、商店街と高校生がともに進化し成長するという考えから、高

校生の販売実習や商品の開発を積極的に受け入れ、各商店街やそこで取り扱う商品を知ってもらう取組を行いました。

「高齢者にやさしい商店街づくり」

防府市は高齢化率26%となり、今後もますます高齢化は進んでいきます。この現状をふまえ、本商店街は、「高齢者にやさしい商店街づくり」を進めています。

現在ある福祉・介護施設やほうふ昭和館を活かし、より多くの高齢者が商店街を利用できるようバリアフリー化やコミュニティの場の提供などに取り組みたいと思います。

また、高校生との交流をさらに深め、地域の未来を担う若者を応援する取組についても積極的に支援していきたいと思います。商店街が商売の場としてだけでなく、誰もが安心安全に利用できる場として、又、情報発信の場や子どもから高齢者まで幅広い世代が交流できる場としても役割を担い、今後は商店街の垣根を越え、元気のある商店や人材が集積する「コンパクトな商店街」を目指していきたいと思います。

ここに注目！ 既存店舗内の空きスペースを活用し、新規出店者を応援！
新たな業種の増加と、新規顧客の開拓に挑戦！



ポイント

商店主だけでなく、地域住民と一緒にプロジェクトを企画し実施することで、商店街での活動者が増え、たくさんのアイデアが集まり、既存概念に捉われない新たな取組に挑戦し、賑わいが復活しつつある。

[商店街概要及び取組の背景]

活動のきっかけ

観音寺商店街連合会は、観音寺市中心部の7つの商店街で構成し、香川県西部地域の中核として発展してきた。周辺には四国八十八ヶ所霊場第68番札所神恵院・第69番札所観音寺がある。また「寛永通宝」の巨大砂絵があり、商店街内の宝くじ売り場から16億円の当たりくじが出たことで金運スポットとして観光客が多く訪れている。一方、商店街周辺の人口減少や後継者不足、郊外型店舗の進出などにより、店舗は約150店にまで減少し、商店街全体の売上もピーク時の1/3にまで低下しており、商店街にもう一度活気を取り戻そうと平成23年度から「観音寺まちなか活性プロジェクト Re:born.K」がスタートした。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

まちなか活性プロジェクト Re:born.K

情報発信プロジェクトでは、Twitter、facebook の活用や、地域情報 USTREAM 番組「今宵もはじまりました」(毎月2回第1・3水曜日20:00～)の運営を行い、商品や地域情報をPRしており、商店の売上UPやイベント集客UPにつながっている。平成25年には、全国のまちづくり関係者を集めたまちづくりサミットを開催し、地域間連携と情報発信力強化が図られた。

空き店舗活用プロジェクトでは、空き店舗を様々なコミュニティ団体が利用できる空間に整備。利用する団体によってパブリックビューイング、絵画展、ビアガーデン、物産市などのイベントが開催されている。



さまざまなイベントが開催される商店街

平成25年度から実施している「SHOP IN SHOP」プロジェクトは、既存店舗内にあるデッドスペースに出店できるスペース設け、新規出店希望者を応援している。出店する側にとっては、初期投資が少なくすむ上、既存店の店主や顧客との繋がりができ、商店街に溶け込みやすくなる。受入れる既存店舗側にとっては、新しい業種が増えることで商店街全体の魅力がUPし、お店の中にお店を出店することから今までに足を運ばなかったような新たな客層を呼び込み、新規顧客開拓につながっている。

現在、メガネ補聴器店の中にタコ漁師によるタコ弁当屋があったり、衣料品店の中にケーキ屋があったり、着物屋でパン教室が開かれたりと様々な組み合わせの店が存在し、異業種とコラボすることで新たな客層とのコミュニケーションも生まれている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

誰もが気軽に利用できる場づくり

SNSを活用した商品PRで売上がUPした店舗が出てきたことで、SNS利用者が増加し個店の情報発信スキルがアップしている。

USTREAMは会議室で行われていたため、閉鎖的で参加しにくいという声があり、空き店舗をスタジオ化し歩道からも配信風景が見ることができ、誰もが気

軽に入れる空間へと変化させたことで参加者が増え
てきている。

「SHOP IN SHOP」では、お互いの顧客が来店するた
め、来店人数が増加し相乗効果が生まれている。まだ
まだ認知度が低いため、参加店や新規出店者のメリッ
トを解説した冊子を製作し認知度を上げようとしてい
る。

[実施体制]

連携するからこそ生まれる新たな展開

商店主や行政や商工会議所等といった関係者だけ
ではなく、地域住民と一緒にワークショップを積み重ね
て、アイデアを出し、それに基づいたプロジェクトを開
催している。参加者には、子育てや音楽の NPO 法人や
香川大学生の参加者も増えており、イベント開催時に
子育て中の方も気軽に参加できるよう託児ルームの完
備や、まちなか市民ミュージカルが出来るなど商店主
だけでは実現できないプロジェクトが誕生。

プロジェクトの調整役に若手商店主を配置することで、
地域の若者も参加しやすい環境を整えている。その結
果、既成概念に捉われない柔軟で斬新なアイデアを活
かしたプロジェクト展開に繋がっている。

基本データ

所在地：香川県観音寺市観音寺町

会員数：154名

店舗数：179店舗

関連URL：<http://www.reborn-k.net/>

<http://www.ustream.tv/channel/今宵tv>



空き店舗を活用した USTREAM 配信スタジオ



キーパーソン

観音寺商店街連合会
会長 横田 安男

若手商店主が奮闘！

7つの商店街が協力して進めるプロジェクトの為、各
商店街の若手に各プロジェクトのファシリテーター（調
整役）を依頼しました。地域住民参加型のワークショッ
プのため、さまざまな意見が飛び出し当初は調整に困
惑したようです。各自がファシリテーター講習会に参加
して知識を習得し場数を踏むことで、多種多様な意見
を調整できるようになり、柔軟な発想を上手く取り入れ
た SNS 活用や「SHOP IN SHOP」の新たな形態を生み
だしました。SNS 活用の際には理解を得るのに苦労し
ましたが、SNS を使った商品 PR が功を奏し売上アップ
につながり、SNS 活用の可能性を感じる方が増えました。

一気に SNS 活用の機運が高まったのです。

今では年配の商店主にも刺激を与え、SNS 利用
者が増加しています。

まちなかプラットフォーム化！

人が集い交流できるプラットフォームのような商店街
を目指したい。いろんな方と一緒にプロジェクトを企画
し運営することで、商店街を使って楽しむ人を増やした
いと考えています。

「SHOP IN SHOP」プロジェクトでは新規出店希望者
が集える場を提供し、空き店舗活用プロジェクトでは、
多種多様なコミュニティがまちなかで活動するために
集える場を提供する。そんな集える場を商店街内に整
備しつつ、生みだされるプロジェクトやまちなか情報
をデジタルとアナログ媒体を上手く組み合わせ発信し、
商店街の魅力をより多くの方に届け、交流人口や定住
人口の増加につなげていきたいと思っています。

松山ロープウェイ商店街

(松山ロープウェイ商店街振興組合、松山ロープウェイ中央商店街振興組合、松山ロープウェイ北商店街振興組合)

愛媛県松山市

ここに注目！ 3つの商店街が協定を締結し、地域景観を維持、歴史的施設を守り、観光客を集客する。



ポイント

3つの商店街振興組合が一体となって「文化薫る街」のコンセプトのもと約10年前に商店街全体の景観を一斉に整備。このとき、商店街の景観維持のための任意の統一協定を策定し、各個店としては商売上の制約を受けることになったものの、現在までこれを順守し、テナントの入れ替わりはあるが空き店舗はない。

また、地元商業高校の学外教育活動にも平成18年から積極的に協力しており、地元松山商工会議所から他の模範になるCSR活動として顕彰を受けている。

[商店街概要及び取組の背景]

豊富な地域資源

2車線の一方通行道路を挟み、約500mにわたり骨董屋、着物屋、画材屋、蒲団屋、和楽器屋など個性的な個店が多く集積している。周辺には小説「坂の上の雲」に関連する観光地が点在し、松山城ロープウェイ駅舎もあり観光客も多い。また、文化的要素を前面に出した「文化薫る街」をコンセプトに路面整備や商店街のファサード整備を実施。これを契機に、イベント事業も活発に実施し、地域型の商店街として繁栄を続けている。

現状の課題は、景観の維持や商店街の更なる魅力づけなどとなっている。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

景観整備「文化薫る街」

松山市の進めた「坂の上の雲フィールドミュージアム構想」のセンターゾーンに位置する商店街としての役割を意識し、約10年前に「文化薫る街」として商店街の景観を整備したことで激変。現在では、商店街のコンセプトに同調した新しいテナントが多く出店し、ここ5



「文化薫る街」として整備された商店街

年ほどで空き店舗を出すことなくテナントの1/3が入れ替わり、新陳代謝の良い商店街となっている。

新規出店テナントには組合が入店ルール(のぼり、看板の出し方など)を指導し、商店街としての魅力維持に努めている。

[効果の評価と改善策の実施等] Check・Action

ハード整備からソフトの充実へ

商店街のファサード整備をしたことを契機に、集客イベントも積極的に実施。イベントは、商業者だけでなく、地元商業高校や女子高とも交流を深める場ともなっている。こうした商店街の地域資源を生かしたハード整備とソフト事業の実施により、若者向けで高感度なテナントも出店し、空き店舗ゼロを維持している。こうした努力の継続によって、観光客だけでなく、従来は少なかった地元の若いカップルも訪れる商店街になってきた。

[実施体制]

多様な主体との連携

松山市の進めた「坂の上の雲フィールドミュージアム構想」のセンターゾーンに位置する商店街として、市と連携して商店街の景観整備に取り組み現在に至っている。

また、整備された景観を生かしたイベント事業を積極的に展開しており、実施においては、商店街の婦人部や、地元商業高校や女子高を積極的に巻き込んでいる。

基本データ

所在地：愛媛県松山市大街道

会員数：200名

店舗数：150店舗

関連URL：<http://www.sakakumo.net/>



観光客で賑わう商店街



キーパーソン

松山ロープウェー中央商店街振興組合
理事長 松浦 吉隆

みんなで取り組むイベントや催し

ファサード整備後、ロープウェー商店街のイメージは確実に良くなっています。しかし、消費につながる具体的な行動や来街者数は増えてきません。私たちが一番注力したいのはその部分であり、解決方法をずっと模索してきました。

幸いなことに現在は空き店舗が無く、最近の出店状況を見ても若返りの傾向にあります。そこで思い立ったのが、そういった新しい感性と魅力を活用し、商店街の形成状況や特性を生かしたイベントや催しです。役員や各オーナーとの連携、魅力のあるイベント内容、観光客へのアプローチ方法、松山城との連携、通行規制など様々な課題に対して、みんなで話し合い、みんなで手分けし、みんなで取り組みました。

「手づくり」の商店街を目指して

観光拠点でありながら、宿泊は道後という構図は変わりません。であれば、せめて人々が滞留し、その上で消費行動につながる仕組みが必要となります。商店街の情報発信はもちろん、各お店の魅力発信にも今後は注力していきます。また、それに合わせて各オーナーや商店街役員が連携を強固にし、色々な意見を出し合って様々な企画や整備への計画を作成、それを組合が後押しできるカタチづくりが望ましいと考えております。城山門前まつりの基本コンセプトである「手づくり」をキーワードに今後も街が一丸となって様々に取り組んでまいります。

さらに安全・安心といった社会課題に沿った問題点なども再確認し、美観だけでない街の整備もあらためて検討していきます。

今後は、細かい問題点も疎かにせず、商店街、各店、来街者といった枠を越えて、地域企業も学校も、みんなが参加できて、みんなで喜びあえるような街にしていきたいと考えています。

ここに注目！ **商店街の空き店舗を新規創業希望者へ提供、
活気ある地域づくりを推進している。**



ポイント

高知県の補助事業で運営しているチャレンジショップを積極的に活用し、新規創業希望者の育成と空き店舗の解消に積極的に取り組み、卒業生3名中2名が商店街内で開業。徐々に空き店舗は減少している。また、ワンコイン商店街を始め来街者の確保と賑わい創出に向けたイベントを、年間を通して積極的に展開するとともに、ドラマ「遅咲きのヒマワリ」のロケ地マップの配布や来街者の案内など、地域ならではのおもてなしあふれる取組は県内商店街のモデルとなっている。

〔商店街概要及び取組の背景〕

人と人のつながりを大切に

四万十川を望む緑豊かな自然に恵まれた”小京都中村”と称される高知県四万十市において、唯一アーケードを有し、市民に「いちじょこさん」と親しまれ、毎年数万人の人出で賑わう一條神社にも隣接している。上品で趣のある歴史文化と都会では失われつつある「人と人のつながり」を大切にしながら、当市を代表する中核商店街として地域密着型の様々なソフト事業を展開しながら繁栄を続けている。また現在、商店街中央部にある銀行跡の有効活用策について、行政も交えて検討・協議を進めている。

一方、調査結果では、「駐車場不足」「お店が不足」「郊外大型店は魅力的」「品揃えが不十分」という意見があり、対応が必要であった。

〔取組の概要・効果〕

Plan・Do

チャレンジャーの育成等

チャレンジショップ事業は、県西部の広い範囲で新規創業希望者を募り、チャレンジャーの育成をきめ細かく行うとともに、中心商店街の空き店舗データを写真



四万十市唯一のアーケード街

入りで作成のうえ、家主と接触し家賃面でも有利な条件を引き出すなど、空き店舗の解消に役立っている。

また、ワンコイン商店街は県西部では同商店街だけの取組であり、おかみさんまつりやアーケード内の日曜日開催なども合わせ、広範囲からの集客につながっている。

さらにドラマ関連の取組も、隣接する商店街などと連携し、地元ならではのおもてなし精神で、収録の様子などを来街者にきめ細かく提供している。

〔効果の評価と改善策の実施等〕

Check・Action

卒業生の出店

チャレンジショップは、卒業生3名中2名が同商店街内で開業し、空き店舗の解消が進んでおり、チャレンジャー募集と併せ、地域全体にショップの広報を行うことで、ショップ及び商店街の周知につながっている。

また、地域で最大のお祭りと併せたイベントなど、周囲との連携や、従来イベントの反省を活かした新たな企画などで、集客の向上に努めている。ドラマ関連の取組では、観光客へのおもてなしとともに、県・市の協力のもと、制作会社へ続編の制作や再放送の依頼も行うなど、地域全体の取組へと進化している。

[実施体制]

多様な主体との連携

チャレンジショップ事業やドラマ関連の取組においては、県・市・商工会議所との密な連携のもと、運営及びチャレンジャー募集、広報活動など効果的・効率的な事業実施に取り組んでおり、同商店街への出店は、チャレンジショップの卒業生や、その他の新規出店などで、空き店舗は大幅に減少している。

また、イベントについても女性部によるおかみさんまつりや、商工会議所青年部による県西部では初となるよさこいイベントの開催に協力するなど、役割を分担することで、特定の役員の負担にならないような体制としている。イベントの財源についても、県・市の補助制度などを活用することで、組合の負担が増大しないような取組となっている。

基本データ

所在地：高知県四万十市中村天神橋

会員数：35名

店舗数：36店舗

関連URL：<http://tenjinbashi.web.fc2.com/>



ドラマ続編要望の署名活動、
目標の40010(四万十)を突破



キーパーソン

天神橋商店街振興組合
理事長 國吉 康夫

組合一丸となつての取組

2013年度は、商店街にとっての活性化メニューが豊富で、積極的に活用したのですが、ちょっと欲張りすぎて忙しすぎた一年でした。

平成10年と13年に大型量販店がオープンして以来、通行客が激減していますが、その原因になったのが有力なテナントの郊外移転でした。まずは、空き店舗対策が一番重要であると位置づけて、組合の主要メンバーが一丸となってチャレンジショップに取り組んでいました。そこに「遅咲きのヒマワリ」のドラマが舞い込み、さらに「にぎわい補助金」「まちづくり補助金」と魅力的な活性化策のお話があり、すべて手を上げてしまったために役割分担が大変でした。特に遅咲きのヒマワリのドラマ対応は急遽のスタートで、ロケ地マップの作成や続編制作要望の署名活動(目標40010人)、ヒマワリ作品展の開催など、次から次へとやるが増え、1日48時間ほしいくらいでした。

快適な空間を目指して

今年度は、チャレンジショップやヒマワリのイベントの他にも、まちづくり補助金を活用したアーケード交流空間整備事業で、照明器具のLED化・太陽光パネルを活用した常夜灯と防犯カメラを設置。また、にぎわい補助金を活用し、近くにお住まいの方や、職場の近い方を対象に、商店街のお店をまわっていただくツアー「えいもん事業」を実施しました。たくさんの新たな取組を実施したことでイメージアップが図れ、復活の第一歩を踏み出せたと思います。

今後は、買い物の目的がなくても「天神橋でも行こうか」と頭に浮かぶような街にするために、商店街のどこかに、地元の方だけでなく、観光客の方も時間を過ごせる空間をつくれぬか検討中です。店主の高齢化も気になるところです。仮に廃業するお店が出ても、長期の空き店舗にならないよう事前に準備をし、即対応できるように対策を練っておきたいと考えています。色々な店があること、変化があること、快適な空間であることが、街を残す絶対条件だと考えています。

ここに注目！ **空きビルを再生し、知名度の高いテナントの確保と
利便性向上で来街者が増加、地域を活性化する。**



ポイント

長期間空き店舗となっていた4階建てのビルを商店街とまちづくり会社が連携して賃貸ビルとして改装。ビル1棟ごとまちづくり会社が借り受け、テナント募集と管理代行を行うサブリース事業を展開。ビルに知名度の高い商業テナントが入居することで、来街者の増加に繋がるとともに、まちづくり会社は安定した賃料収入を確保できるようになっている。

また、2階のNPO法人が運営する一時託児室「ママトモ魚町」には、商店街に不足していた子育て応援機能を補完するなど、商店街の地域貢献的な要素も備えている。

[商店街概要及び取組の背景]

中心市街地の「まち歩きの魅力の低下」という課題

魚町商店街は、北九州市の都心である小倉地区の中心市街地を南北に縦断するメイン通りに位置し、古くからこの地域の商業集積の一翼を担う広域型商店街として繁栄を続けている。また、国道を挟んだ隣の商店街「魚町一丁目商店街」と横断歩道上をつなげる「ジョイントアーケード」の整備など、画期的な事業にも取り組んでいる。

一方、通行量や売上高が減少傾向にあり、来街者を商店の売上げに繋げ、地域住民の郊外への買物客の流出を食い止めることが課題であった。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

まちの中心にある「1棟一括利用しかできない長期空きビル」の再生をめざして

平成24年度、魚町商店街振興組合と北九州まちづくり応援団(株)が共同で、経済産業省の「地域商業再生



空きビルを再生して開業した賃貸ビル

事業補助金」を活用し、空きビルの再生事業として賃貸事業を開始。ビル1階に海外輸入食材店、2階に多世代交流施設、3階に多目的ホール、4階に北九州まちづくり応援団(株)が入居した。

1階部分に知名度の高い店が入居したことで、商店街に新たな集客が生まれるとともに、運営主体のまちづくり会社は安定した賃料収入が得られるようになった。

[効果の評価と改善策の実施等] Check・Action

地域のニーズに応じた「魚町商店街多世代交流施設」への変身

空きビル再生事業により他目的トイレや授乳スペース等も備えられたことで、これまでの設備不足が解消され、買い物客の利便性が向上した。

また、NPO法人が運営する一時託児室「ママトモ魚町」、地域のサークル活動・交流の場として利用できるコミュニティスペースが設置されたことで、買い物以外の目的の来街者増加にも繋がっている。

具体的には、こども祭を開催した25年9月には、「ママトモ魚町」の利用者は、1,286人となっており、開業した平成24年9月の約4倍となっている。

〔実施体制〕

商店街が地域と連携して、まちに「にぎわいの種」をまき、コミュニティを育む

魚町商店街を支える体制として、まちづくり会社「北九州まちづくり応援団株式会社」のほか、北九州市、北九州商工会議所、NPO や大学等の運営支援の体制も整っている。

具体的には、魚町商店街をはじめ、近隣の商店街や大型店が加入している小倉中央商業連合会が主催する食のイベント「小倉食市食座」では、加入団体が相互に連携をとりながら事業を実施している。

また、平成25年度は経済産業省の「地域商店街活性化事業」を活用し、北九州まちづくり応援団(株)と連携して「魚町こどもまつり」や「まちゼミ」を開催するなど、様々な関係機関と密接に連携をとりながら活性化に向けた取組を進めている。

基本データ

所在地：福岡県北九州市小倉北区魚町
会員数：93名
店舗数：78店舗
関連URL：<http://www.uomachi.or.jp/>



一時託児室「ママトモ魚町」



キーパーソン

魚町商店街振興組合
理事長 梯 輝元

先進的な取組で来街者の利便性を増す

魚町商店街は、公募によって、その愛称を「魚町銀天街」と定め、全国に広がる「銀天街」という名称の発祥の地となりました。また、昭和26年に日本で初めて公道上にアーケードを建設した商店街です。

この空きビル再生事業では、1棟貸しの物件の長期借り上げや入居テナントのリーシングなど、関係者との調整に多くの時間を費やしましたが、リノベーションの取組と併せて集客の核となるテナントや「ママトモ魚町」の入居が決まり、新たな集客につなげることができました。

商店街では、この他にも来街者の利便性を向上させるために、ジョイントアーケード「魚町エコルーフ」の整備、ICポイントカード「UOCA」の導入、街内への無線LAN網の整備、100インチの大型ビジョンによる街の情報発信など、様々な先進的取組を行っています。

リノベーションでまちを変える

北九州市では、魚町商店街のある小倉都心地区において「小倉家守構想」という、江戸時代の長屋の大家の仕事「家守」の仕組みに例えた都市リノベーション構想を策定し、平成23年から半年に1回ずつ「リノベーションスクール」を開催しています。リノベーションとは、ストック活用の一環として今ある遊休不動産の改修により、新たな機能や付加価値を加えることで土地・建物を再生させるものです。

この「リノベーションスクール」では、全国から参加者を募集し実際の空き物件を題材として、4日間のワークショップを行い、最終日に不動産オーナーにプレゼンして、提案を気に入ってもらえれば事業化されます。今回の空きビル再生事業も、第1回目の案件となったことから事業化につながったものです。

今後も、地域の皆様や関係機関との連携により、不動産オーナーとビジネスオーナーをマッチングする活動のほか、魅力あるイベントの開催などを通じて、広域から集客する商店街として小倉のまちの発展につなげていきます。

本町1、2、3丁目・通町商店街

(まちなか活性化協議会)

熊本県八代市

ここに注目！ **健康づくりをテーマにした会員制事業を創出し、商店街との連携により、まちづくりを推進する。**



ポイント

まちなか活性化協議会は、地域特性(歴史、文化、医療機関の集積等)を活かしながら、市民の“健康づくり”や“ネットワークづくり”を支援している。

中でも、市民の“健康づくり”を支援しつつ、地域の活性化を目指す『テクテク歩こう商店街』は先進的な事業であり、商店街への注目度も高まっている。

以前は25%を超えていた空き店舗率が18%台まで改善されるなど、継続した“まちづくり”の成果が発現してきている。

[商店街概要及び取組の背景]

商店街を取り巻く環境

まちなか活性化協議会を構成する本町1、2、3丁目・通町商店街は、熊本県八代市の中心市街地に位置し、古くから、八代城の城下町として発展してきた。

近年は、2店の大型ショッピングセンターが進出し、商店街を取り巻く環境が変化したが、八代市中心市街地活性化基本計画の認定、地域商店街活性化法に係る事業計画の認定を基に継続的な“まちづくり”に取り組んでおり、イベント事業も活発に実施するなど、地域型の商店街として親しまれている。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

“健康”で“商店街”を活性化!?

この事業を検討し始めた当初、歩数計を活用した“健康づくり”の支援を、商店街の活性化の事業として取り組んでいる事例は皆無だった。また、検討を進めるうちに、短期的に取り組んでいる事例が見つかったが、一時的なものでは参加者の本当の“健康づくり”にはつながらないと考え、あくまで年間通じて取り組める事業にこだわった。

また、本来の目的である商店街への来街数の増加、売上げの増加につなげられるよう、商店街でしかデータ



本町2丁目ハロウィンフェスティバル

の書き込みができない仕組み、歩数のランキングにて商品券が当たる仕組み、会員になるだけでプレゼントがもらえたり、計測に来るたびに割引が受けられたりする協力店を募集、紹介することで、商店街の活性化につながる仕組みを作り上げ、半年の事業期間で130人の会員を獲得し、順調な滑り出しとなった。

[効果の評価と改善策の実施等] Check・Action

“健康”を実感!! + “仲間”づくり
にも一役\(^o^)/

『テクテク歩こう商店街』と名付けられた“健康づくり”を支援する事業は、理解を得られるまでに若干の時間を要したが、歩数計を持つことで、会員が“歩くこと”を意識するようになり、実際に体重が減ったなどの反応が聞かれるようになった。中には、会員を中心とした“階段上り”のグループが出現するなど、様々な場面でこの事業が話題に上るようになってきた。

さらに、今年度に入ると、「健康セミナー」の開催、商店街に商店街の端からの距離を表示し、ウォーキングコースに使用してもらう取組、ウォーキングマップ・ガイドブックの作成、会員を募ってウォーキング大会に参加するなど関連する取組が増え、会員の拡大に向けて、活発な事業展開が図られた。

[実施体制]

事業でつながる様々なネットワーク

まちなか活性化協議会の会議には、商工会議所と八代市がオブザーバーとして出席しており、事業の企画段階から連携している。

また、『テクテク歩こう商店街』に関しては、八代市で30年以上「健康フェア」という予防医学に関する取組を実施されている「健康フェア実行委員会」とも連携し、事業に関するアドバイスをいただいたり、「健康セミナー」で講師を引き受けていただいたりしている。

若者の参画については、30代から理事となっている店主も多く、すでに商店街の中心として活動している。加えて、教育機関、学生と連携して事業を実施するなど、門戸を広く開放している。

また、女性の参画については、各商店街に「おかみさん会」が存在し、連携している。

そのほかの事業でも、“まちづくり”に関わる様々なNPO・ボランティア団体等との交流が盛んである。

基本データ

所在地：熊本県八代市本町・通町

会員数：205名

店舗数：154店舗

関連URL：<http://8246yurutto.net/>



「テクテク歩こう商店街」で健康づくりを支援



キーパーソン

まちなか活性化協議会
事務局長兼タウンマネージャー
江崎 博美

健康づくりを切り口に商店街活性化

医商連携が叫ばれる中、当商店街でも、数年前から、健康づくりを商店街の活性化に生かせないかという話が持ち上がっていましたが、具体的な形になることはありませんでした。そんな中、当協議会の会長から「歩数計を使って何かできないか」という相談があり、各町内の理事長や市役所の担当者を中心に企画したのが、「テクテク歩こう商店街」で、あっという間に企画が生まれてしまいました。しかし、短期間で練られた企画なので150店舗もの店舗への理解・協力を得ることが逆に難しくなります。一番大切である合意形成を得る点において、最も苦労したと言えるでしょう。スタート1年目はまだまだ店主の企画への認識も浅く、批判的な意見も聞かれるなど、会員様にご迷惑をかけてしまうことも度々でしたが、会員の声、クレームを元に、徐々に企画の改善を図り、今では、会員のアイデアを

活かした企画へと進化を続けています。

また、事業を始めた当初は、メディアからも「絵にならない」という理由から、なかなか思うようには取り上げてもらえませんでした。1年を経て、ようやく興味を示していただき、今では全国放送にも取り上げられるなど、本当にありがたい限りです。

今後も、多くの方から応援いただける企画として、まだまだ広がる可能性を秘めた企画だと考えています。

市民が参加しやすいコミュニティ作り

当協議会は、「テクテク歩こう商店街」をきっかけに、収入を獲得し、補助金等に頼らない自主運営できる組織を目指しています。今は、市や会議所からの支援がなくては運営出来ない状態ですが、初めての収益事業が軌道に乗り出したこともあり、これから更に飛躍していくことを命題としています。

店主の中にも、ようやく、継続的な“まちづくり”を担う組織が必要だという考えが生まれ、少しずつですが、ボトムアップ型の“まちづくり”が形になってきています。老舗が多い商店街ゆえ、敷居が高いと見られがちですが、多くの市民が関わりやすいコミュニティを作ることが商店街再興のスタートになると考えています。

ここに注目！ **空き店舗をさまざまな目的で活用することで、活動・交流の場を創出、商店街の活性化に繋げる。**



ポイント

「情感のあるまちづくり」をテーマに掲げ、時代を見通す次世代の商店街を目指している。商店街の役割を「消費者との交流の場」として位置づけ、空き店舗を活用した地域コミュニティの場を開設し、年間1万人以上の利用実績があり、買い物の休憩場所だけでなく、地域のサークル活動や交流の場として利用されている。

また、この取組を契機に、若手アーティスト9人が空き店舗を活動拠点として活用したり、食事処等の新規商業者が12件出店するなど、空き店舗の減少に成果を上げている。

[商店街概要及び取組の背景]

イベントによる来街者を買い物客に変えたい

竹田町商店街振興組合は、平成18年に「古町商店街振興組合」と「竹田市中央商店街振興組合」とが合併して現在に至っている。竹田市の中心部に位置し、城下町の歴史的なたたずまいを色濃く残す地区に存在し、これまでイベント事業も活発に実施しており、地域に愛される近隣型の商店街として親しまれている。

一方、3日間で10万を集める大々的なイベント等を開催してきたが、年間を通じた経済効果はなく、商店街の将来像(ビジョン)の策定や個店の魅力づくり、空き店舗対策等が大きな課題であった。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

交流促進で歩いて楽しい城下町の商店街に

城下町地域に商店街コミュニティ施設がないため、空き店舗を活用した健康相談所・休憩所の機能を持った「清和館」と「尚栄会」を開設。さらには、地域住民の交流の場として利用される「よろうえ」の施設を整備したことで地域住民と事業者の垣根が取り払われた。

その結果、年間10,000人以上の利用実績を確保



毎年にごわいを見せる七夕祭り

し、買い物の休憩場所だけでなく、地域のサークル活動・イベント等、交流の場として利用されている。この取組を契機に、空き店舗を活用したアート関係者9人の誘致や飲食店等も12件でき、空き店舗の減少を実現している。また、個店の魅力づくりにも力を入れており、歩いて楽しい、情感のある城下町を目指した商店街を確立している。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

若者の出店増加とさらなる交流促進の取組

清和館等のコミュニティ施設を商店街の中に開設したことで、地域のサークル活動・イベント等に多数の地域住民が参加し、商店街の活性化に貢献している。

また、最近は若手経営者でアートを取り入れたカフェギャラリーやパン工房、竹工芸等の作家が空き店舗に出店する例が多く、元気なまちづくりにつながっている。上記取組等により、空き店舗数で見ると、5年前には183店舗中31店あったものが、現在は142店舗中20店となっている。

行政でもこの動きに呼应しコミュニティホール施設、新図書館の建設や移住定住の推進によるアート関係者の招聘活動を始める。

[実施体制]

青年会、若手新規就業者、地権者などが連携

竹田町商店街では、次世代を担う7人ほどの青年会のメンバーが、定期的に勉強会を開いている。また、若手新規就業者との連携交流することで、結果として体力のある後継者が育成されている。

さらには、中心市街地活性化構想の策定やコミュニティ構想の策定にも中心的役割として取り組んでいる。かねてより空き店舗対策に苦慮していた中で、商店の地権者との話し合いの必要性に着目し、商店街の理事たちと地権者との考えのギャップを埋めるための協議を繰り返すことで地権者ととも商店街の活性化に取り組んでいる。その結果、空き店舗に入った若手経営者やアート関係者との交流や将来の商店街づくりについてもシンポジウムを開催する等の話し合いを行っている。

基本データ

所在地：大分県竹田市大字竹田町

会員数：122名

店舗数：122店舗

関連URL：<http://www.taketan.jp/spots/detail/469>



イルミネーション「竹ほたる」で演出



キーパーソン

竹田町商店街振興組合
理事長 都築 員守

地域で取り組む「希望の灯り竹ほたる」

商店が賑わう昭和の時代に最盛期であった七夕夜市。時代とともに活躍の場を失い眠っていたその七夕飾りの竹葉玉を一部再利用し、大分県立芸術文化短期大学の協力により平成24年に生まれたのが「竹ほたる」です。豊後竹田駅前稲葉川河畔をきれいに灯した「竹ほたる」の背景には、河川の清掃・美化作業をはじめ、蛍の育成や保護活動を通じて都会の方達との50年以上続く「友情の蛍送り」、また「竹楽」に代表される里山保全や竹活用運動を継承してきた市民ひとりひとりの存在がありました。

また、この年の7月に発生した豪雨災害で、竹田市をはじめ、近隣の日田市や中津市などが甚大な被害を受けたこと、前年の平成23年度に発生した東日本大震災で、竹田市の姉妹都市である仙台市をはじめとす

る東北の多くの地域が未曾有の災害に見舞われたことなどから、被災地へエールを送るため空き店舗を活用した「がんばろう館」をオープンしました。東北から商品を仕入れるにあたり、輸送コストや賞味期限など課題は多くありましたが、被災地がよりいっそう元気になるよう取り組んで参りました。

あいぜんどう 「愛染堂」を核にさらに人が訪れる商店街へ

また、このような成果に安住することなく、次なる手も考えています。実は、町の中心部にある八幡山の愛染堂(願成院)は、岡藩主中川家代々の祈禱所であり、竹田では最古の寺院です。内部には多くの仏像が鎮座しているだけにその“祈願力”は絶大で、これまで城下町の鎮守的役割を果たしてきましたが、最近では『パワースポット』として市民や観光客からも脚光を浴びるようになってきました。そこで、縁結びはもとより、商売繁盛・合格祈願・健康成就・家内安全等様々な祈願の為に、まちなかを訪れていただけるようにしたいと考えています。人々の願いと共に、竹田町商店街の発展が大いに期待されるところです。

ここに注目！



経営者の若返りで、商店街運営が活性化、新しいプロジェクトで地域開発に貢献する。

ポイント

商店街の活動拠点「たかなべ町家本店」をはじめとする町屋風建物の整備(町屋プロジェクト)を中心として、オリジナル暖簾の作成(のれんプロジェクト)や灯籠の設置(あかりプロジェクト)によって、商店街の景観に統一感を持たせ、商店街の歴史的、文化的な空間づくりを実現している。結果として出店者が増加し、空き店舗数も減少している状況である。また、定期市やまちゼミなどの賑わい創出のための取組や特産品であるキャベツをテーマにした地場産品の開発等にも力を入れ、県内でも注目度が高い。

[商店街概要及び取組の背景]

地域に根ざしたまちづくりを目指して

古くは高鍋藩の城下町として発展。昔から商業の町として栄えた町・小丸地区に位置する当協議会の4商店街は、平成19年には96店舗まで店舗数が減少した。

当協議会が主体となった商店街の景観整備などの活動を通じ、店舗数は現在103店舗まで回復しており、今後も住民との連携を図りながら、地域に根ざした地域密着型の商店街づくりを目指していく。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

現代版“城下町”へ「4つのプロジェクト」

「歩いて楽しい」「新しい賑わい」というキーワードの下、その実現に向けたプロジェクトを立ち上げ、平成21年度から取組を開始した。

東西南北に直線的に伸びる商店街の景観をのれんによって統一する、「のれんプロジェクト」。

昼は芸術作品として、夜は灯りをともし灯籠の役割を持つ灯籠を設置する「あかりプロジェクト」。



商店街の活動拠点「たかなべ町家本店」

商店街に残る古い家屋・空き店舗を改装・再生し、情緒ある町屋風の建物を商店街に増やしていく「町屋プロジェクト」。

商店街の活性化を図るため、定期市の開催、新たな新商品の開発を行う「自主独立イベントプロジェクト」。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

「町屋」風の商店街づくりに新規出店も

商店街中心にある空き店舗を町屋風に改装した物産館「たかなべ町家本店」は、現在、協議会が運営を行っている。それまでの商店街にはなかった憩いのスペースとなっている。

また、平成24年度から、町屋風に改装を行った店舗に対する町の助成制度が始まり、現在までに5店舗が利用し、町屋風への改装を遂げた。商品開発についても、精力的に継続しており、町特産のキャベツに着目した商品づくりで新聞・テレビ等に数多く取り上げられている。のれんやあかりもメディア等に取り上げられ、何より事業主たちの参加意識が高まった。商店街への新規出店も増え、平成24年度は4軒の店が出店を果たした。

[実施体制]

若手を主体とした協力体制の構築

協議会では、2代目3代目の若いメンバーが中心となり、発足から活動を行ってきた。まだ30～40代と若く、今後も協議会を担っていく。これらのメンバーは、全員地元消防団や商工会議所青年部などの組織に入会しており、人脈も広く深い。また商店街事業者たちもこれらの組織OBが多いので、協力体制もある。

また、狭い範囲の商店街組織であるため、ほとんど毎日顔を合わせている間柄で、何事にもスピード感を持って対応できるのも強みである。

現在は、物産館「たかなべ町家本店」を軸に自主運営を行っているが、町行政との関係も密接に続いており、平成25年度は「あかりプロジェクト」として、国内作家5名を招いての公開制作を協賛金と町助成金で開催し、新たに5つの灯籠を商店街に設置した。

基本データ

所在地：宮崎県児湯郡高鍋町大字高鍋町・北高鍋

会員数：103名

店舗数：103店舗

関連URL：

<http://www.puraccho.jp/modules/myalbum1/photo.php?lid=26>



「あかりプロジェクト」の灯籠



キーパーソン

高鍋町まちなか商業活性化協議会

会長 小澤 正隆

商店街の若手が会長に、試行錯誤の日々

平成21年10月から現在に至るまで会長を務めております。この協議会を発足したキッカケは、当時の商工会議所会頭から「まちづくりの補助事業があるから、やってみないか」と声をかけられたことからでした。それまでも、地元の商工団体や公民館、消防などで活動はしており、この町に対する愛着は人一倍持っていました。衰退していく町・商店街への不安を抱えるなか、一大決心をしてこの「まちづくり」という課題に取り組むことに致しました。現在でもそうですが、私は商店街のメンバーの中で最年少でありました。やる気・元気は十分にあったのですが、何をどうすればよいのか探りながらのスタートでした。まず行ったのは商店街のメンバーと「話し合うこと」でした。それまでも、仕事や地域の活動の中で関係は築いておりましたが、それ以上に信頼・連携を築くことに注力しました。何かしようとする時にはみんなで協議し、終わったら報告して、商店街活動

の事以外でも何かにつけて集まり、話すことを心がけました。中心メンバーである三役とは、毎日のように顔を合わせていましたね。そうして様々な事業を行っていくうえでの地盤を作っていました。今思うと、そうした活動が補助事業終了後の現在でも、この協議会が活動を続けている要因だと思います。

新しい城下町「ネオ城下町」へ

活動を行うにあたり、商店街自体を誘客の装置とすべく景観に重点を置きました。高鍋町は古くは江戸時代より高鍋藩として栄えた城下町でありましたが、城下町と呼べるような古い建物はあまり残っていませんでした。そこで私たちが掲げたのが「ネオ城下町」というテーマです。残っているものは活かし、ないものは現代の感覚で創造していくことにしました。様々なことを行いました。店舗独自のオリジナル暖簾の製作や芸術性の高い石灯籠の設置、景観ガイドラインの作成等々、そしてこれらの活動の集大成として平成24年4月には商店街中心部に旧家を改装した物産館「たかなべ町家本店」をオープンし現在に至っています。行政の協力もあり、商店街内において町家風に改装する店舗が続いております。今後さらに、この商店街を盛り上げていくために頑張ります。

ここに注目！ 女性と若者の参画により、さまざまなイベントを実施、持続的な商店街のにぎわいを確保する。



ポイント

栄町市場商店街は「人にも地域環境にも優しいマチグラー(市場)」をテーマに掲げ、身の丈にあった運営の商店街を目指している。平成19年から毎年6月～10月の最終土曜日に「栄町市場屋台祭り」を継続して開催し、1日500人～700人ほど集客をもたらし、参加者は年々増加。地元客及び観光客の交流の場となっている。

さらに、市場で働く女性で結成された「おばあ*ラッパーズ」など、有志によるミュージシャンが祭りを支え、衰退していた市場への集客・活性化に成功している。

*おばあ:沖縄方言でおばあちゃんの意

[商店街概要及び取組の背景]

懐かしい昭和のたたずまいを残すまち

栄町市場は、戦後の復興時に誕生し、現在もなお、当時とほとんど変わらぬ姿で現存している商店街であり、昭和60年に法人化し、現在に至っている。庶民社交街が隣接しており、4,400坪と比較的狭い地域に小さな商店がひしめき合ってきた近隣型の商店街である。しかし、近年、大型スーパーの進出により衰退、再開発計画も出たが、音楽などによる活性化の取組に努力し、今日の賑わいを生み出している。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

まちの魅力を活かし活性化

毎年6月～10月の最終土曜日に「栄町市場屋台祭り」と称し、商店街の通路に特設舞台を設け、多数のボランティア参加のもと、音楽・ダンスイベント等のステージを開催。中でも、商店街で商売を営む3人組「おばあ」のユニットがラップのリズムで商店街ソングを披露し、そのユニークな演技が栄町市場を有名にしている。



イベントで賑わう商店街

さらに、栄町市場にゆかりのあるアーティスト、デザイナーその他様々な人達が、ボランティアとして参加したオムニバスCDの制作により、市場の知名度が高まり、県内外からこのまちの魅力に惹かれ多くの客が訪れ賑わいを見せている。

また、平成18年に国の補助金で設置したエコステーションは、現在、組合が家賃を負担し運営しており、地域住民や買物客の休憩所となっている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

昼間の賑わい創出へ向けて

継続的なイベントや魅力ある独自の音楽等による取組が功を奏し、平常時の来街者についても増加しているが、屋台まつりを中心とした夜の賑わいに比べ、昼は集客が少ないという課題が指摘されていることから、組合では、現在、買物客の交流の場として利用されているエコステーション店舗前空間の活用や昼間のイベントの開催など、昼間の活性化について新たな取組を検討しているところである。ただし、小さな市場でもあるので、身の丈にあった活動を心がけている。

[実施体制]

「市場全体」一丸となった取組

栄町市場商店街では、事務局を中心に、市場商業者、ボランティアの協力により市場全体が一丸となって屋台まつりを実施しており、運営については、10人ほどの若手メンバーが中心に取り組んでいる。若手メンバーは、定期的に勉強会を開き、屋台まつり以外にも市場の諸課題への対応を検討している。

また、39人が在籍する婦人防火クラブも設置し、女性の参画・活動も活発である。

さらには、再開発協議会に組合も関わっており、商店の地権者との話し合いの再開により、地権者とともに商店街の活性化に取り組もうとしている。

基本データ

所在地：沖縄県那覇市安里

会員数：87名

店舗数：125店舗

関連URL：<http://sakaemachi-ichiba.net/>



おばあラッパーズのライブ



キーパーソン

栄町市場商店街振興組合
副理事長 山田 哲史

栄町市場の魅力“空気感”にひかれ

私自身、栄町市場では2006年12月から店舗をオープンし市場の一員となりました。市場が生活圏内にあり良く買物に来ていて、こういう料理をつくりたいと言うと、それに合った野菜などをしっかり出してくれるし、なにより買い物しながらのコミュニケーションの場があることがとても魅力でした。

コーヒーショップをやろうと思ったときに、一人一人のお客さんと話しながらコーヒーを出したいというイメージにこの場所がすごくマッチしていました。他にはない独特の暖かい雰囲気、それでいてここは地元の市場としてきちんと動いていて、この空気感が人との距離を縮めてくれます。

組合では、屋台まつりを6年続けていますが、始めは小さな規模でのスタートでしたが、おばあラッパーズが結成され、CDを出したり映画をとったり、これら仕掛けを、戦略をもってしっかりやってきたことで、徐々に魅

力のある店舗が増え、今の賑わいに繋がっています。そして何よりも継続こそ大事ということです。

将来の市場のため若い世代で声を出すこと

この市場の良さは、何よりコミュニケーションの取りやすい空間、お互い壁がないところ、それこそ栄町の歴史が作り出してきたものだと思っています。この密集した古い街並みは、仕事で訪れたヨーロッパの街にも劣らない、むしろそこよりもいいと自負しています。

「昼も元気、夜も元気」のイメージで、この市場の雰囲気は残しながら、他との差別化を図り、地元のお客さんはもちろん、観光客、より個性的なファンにもリピートして頂けるような市場を目指しています。

これからの20年～30年先のまちを担うのは、自分達若い世代なのだから、今、意見を言うことが大事だと思っています。その気概なくして将来の栄町市場はないと私は思っています。

事業者・商店街一覧表（索引）

がんばる商店街30選 掲載商店街一覧表（あいうえお順索引）

番号	商店街名	団体名	所在地	頁
1	泉町二丁目商店街	泉町二丁目商店街振興組合	茨城県水戸市泉町	422
2	魚町銀天街	魚町商店街振興組合	福岡県北九州市小倉北区魚町	464
3	宇都宮オリオン通り商店街	宇都宮オリオン通り商店街振興組合	栃木県宇都宮市江野町	424
4	帯広電信通り商店街	帯広電信通り商店街振興組合	北海道帯広市東4条南	414
5	柏二番街商店街	商店街振興組合柏二番街商店会	千葉県柏市柏	426
6	観音寺商店街	観音寺商店街連合会	香川県観音寺市観音寺町	458
7	外宮参道	外宮参道発展会	三重県伊勢市本町	440
8	御坊市商店街	御坊市商店街振興組合連合会	和歌山県御坊市菌	450
9	五番商店街	五番商店街振興組合	福井県大野市明倫町	442
10	栄町商店街	栄町商店街振興組合	福島県南相馬市原町区大町	420
11	栄町市場商店街	栄町市場商店街振興組合	沖縄県那覇市安里	472
12	下町・人情キラキラ橋商店街	向島橋銀座商店街協同組合	東京都墨田区京島	428
13	新鳥取駅前地区商店街	新鳥取駅前地区商店街振興組合	鳥取県鳥取市今町	452
14	千林商店街	千林商店街振興組合	大阪府大阪市旭区千林	446
15	大映通り商店街	大映通り商店街振興組合	京都府京都市右京区太秦堀ケ内町	444
16	高鍋町商店街	高鍋町まちなか商業活性化協議会	宮崎県児湯郡高鍋町	470
17	竹田町商店街	竹田町商店街振興組合	大分県竹田市大字竹田町	468
18	天神橋商店街	天神橋商店街振興組合	高知県四万十市中村天神橋	462
19	天神町銀座商店街	天神町銀座商店街振興組合	山口県防府市天神	456
20	長田神社前商店街	長田神社前商店街振興組合	兵庫県神戸市長田区長田町	448
21	日比野商店街	日比野商店街振興組合	愛知県名古屋市中村区西郊通	438
22	本町1、2、3丁目・通町商店街	まちなか活性化協議会	熊本県八代市本町・通町	466
23	松江新大橋商店街	松江新大橋商店街振興組合	島根県松江市寺町	454
24	松山ロープウェー商店街	松山ロープウェー商店街振興組合、松山ロープウェー中央商店街振興組合、松山ロープウェー北商店街振興組合	愛媛県松山市大街道	460
25	御田町商店街	御田町商業会	長野県諏訪郡下諏訪町御田町	432
26	美殿町商店街	美殿町商店街振興組合	岐阜県岐阜市美殿町	436
27	南三陸さんさん商店街	南三陸志津川福興名店街運営組合	宮城県本吉郡南三陸町志津川	418
28	宮古市末広町商店街	宮古市末広町商店街振興組合	岩手県宮古市末広町	416
29	モトスミ・オズ通り商店街	モトスミ・オズ通り商店街振興組合	神奈川県川崎市中原区木月	430
30	森の腰商店街	協同組合森の腰商栄会	静岡県御殿場市川島田	434

お問い合わせ先

がんばる中小企業・小規模事業者 300 社 お問い合わせ先

経済産業省

中小企業庁	経営支援部創業・技術課	☎ 03-3501-1816
北海道経済産業局	産業部産業振興課	☎ 011-709-1728
東北経済産業局	産業部産業振興課	☎ 022-221-4906
関東経済産業局	産業部産業振興課	☎ 048-600-0303
中部経済産業局	産業部産業振興課	☎ 052-951-0520
近畿経済産業局	産業部産業課	☎ 06-6966-6021
中国経済産業局	地域経済部地域経済課	☎ 082-224-5684
四国経済産業局	総務企画部総務課	☎ 087-811-8503
九州経済産業局	産業部中小企業課	☎ 092-482-5447
沖縄総合事務局	経済産業部地域経済課	☎ 098-866-1730

がんばる商店街30選 お問い合わせ先

経済産業省

中小企業庁	経営支援部商業課	☎ 03-3501-1929
北海道経済産業局	産業部流通産業課商業振興室	☎ 011-738-3236
東北経済産業局	産業部商業・流通サービス産業課	☎ 022-221-4914
関東経済産業局	産業部流通・サービス産業課商業振興室	☎ 048-600-0317
中部経済産業局	産業部流通・サービス産業課商業振興室	☎ 052-951-0597
近畿経済産業局	産業部流通・サービス産業課	☎ 06-6966-6025
中国経済産業局	産業部流通・サービス産業課	☎ 082-224-5653
四国経済産業局	産業部商業・流通・サービス産業課	☎ 087-811-8524
九州経済産業局	産業部流通・サービス産業課	☎ 092-482-5455
沖縄総合事務局	経済産業部商務通商課	☎ 098-866-1731

編集 中小企業庁

2014年2月発行

〒100-8912 東京都千代田区霞ヶ関1-3-1

電話 03(3501)1511

<http://www.chusho.meti.go.jp/>

