

# せせらぎ通り商店街

(せせらぎ通り商店街振興会)

石川県金沢市

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

**30代前半の若手が会長に就任し組織が若返り。  
従来のイメージを変化させて新たな顧客層・出店者の獲得に成功。**

## 基本データ

所在地	石川県金沢市長町
人口	約 47 万人 (金沢市)
電話/FAX	076-231-0116 / 076-231-0131
URL	http://seseragi-st.com/
会員数	70 名
店舗数	70 店舗 (小売業 23 店、飲食業 47 店)
商店街の類型	エリア価値向上型
主な客層	学生・若者、家族連れ (親子) / 30 歳代、40 歳代

## 商店街概要

藩政期に武士が居住した長町武家屋敷に近く、古いまち並みの中を鞍月用水が流れる、中心部の商店街である。用水は平成 8 年から開渠化が進められ、伝統と景観に配慮した「石積み工」によって城下町金沢の景観を向上させる親水空間として整備された。

平成 11 年にこれら用水沿いが「せせらぎ通り」と名付けられたのを機に、周辺の商業者有志によるせせらぎ通り商店街が発足。割烹やフレンチ、イタリアン、ネパール料理、カフェやアンティーク雑貨など多彩な個人経営の店舗が立ち並び、新旧の店舗と用水の景観が調和した独特の雰囲気を持つ商店街である。

## 取組の背景

### イメージはサラリーマン向けの「飲食の街」

平成 11 年に商店街組織を設立した当初は、構成店舗は約 30 店舗で、その大半が飲食店で占められていた。市中心部に位置するとはいえ、一本入った裏通りにあるため、当時はサラリーマンなどが夜の飲食を楽しむ「飲食の街」というイメージが強かった。加えて、北陸最大級の繁華街である片町をはじめ、市内でも数多くの飲食店がひしめき合う広大な飲食街エリアの一角に位置し、競合する店舗が多かった。サラリーマンが飲食をするだけでなく、家族連れなど様々な世代が楽しむことができる商店街にイメージアップを図りながら、知名度を向上させる取組が求められていた。

また、商店街は観光地である長町武家屋敷にほど近いが、その地理的な優位性を十分に生かし切れず、訪れる観光客にとっては目的地に向かうために通行する場所と化していたため、商店街内での滞在時間を増やし、区域内における観光客等による消費の取り込みが課題となっていた。



せせらぎ通り商店街とマスコットキャラクター「せさみイ」

## 取組の内容

### 組織の若返りを機に家族連れや若者に PR

初代会長が役員世代交代を決意し、平成 22 年に当時 30 代前半だった現会長をはじめ、組織の若返りを一気に進めた。

新体制になった商店街は、まず家族連れなど様々な世代が楽しむことができる商店街としてイメージアップを図るため、ホームページを開設。ブログや SNS で若い世代や広域に向けた情報発信に力を入れた。また、イベントでも商店街の魅力を発信するため、カップルなど若い世代をターゲットに、用水沿いにある縁結びの神社「貴船明神」にちなみ、華やかな花嫁行列や良縁成就などの願い事を笹舟に託して用水に流す「願い舟」、恋愛成就や開運・無病息災を願う「茅の輪くぐり」など多岐にわたるイベントが繰り広げられる「せせらぎ縁結びまつり」を開催し、「縁結びの街」として PR を行った。

平成 24 年からは、地元高等専門学校、まちづくり研究会と連携し、個店の魅力を発信する「せせらぎ Marche (マルシェ)」を開催。個店が多彩な料理をふるまうほか、学生によるワークショップを実施し、親子連れにも楽しまれている。

さらに、幅広い世代の認知度向上を図るため、平成 25 年からは震災復興支援をきっかけに、夕方から夜にかけて酒や自慢の料理をゆっくり楽しんでもらう「美酒 de Marche」を開催。区域内の地域資源を生かしつつ、多世代が参加しやすいイベントづ

りに尽力し続けている。



「せせらぎ縁結びまつり」の様子



高専と協力して製作した茅の輪

こうした戦略が実を結び、観光サイトや旅行雑誌などで商店街が取り上げられる機会が増え、通りには若いカップルや親子連れが散策する姿が目立つようになった。そうした商店街の雰囲気の魅力を感じた若手起業家たちの、アンティーク家具や生活雑貨、手作りアクセサリー、お香などの店舗出店が相次ぎ、それらの店舗で買い回りを楽しむ顧客層が商店街を訪れるという好循環が生まれている。現在商店街70店舗のうち29店舗が45歳未満の若手が経営する店舗となっている。

## 取組の成果

### イベントでは若い店主らが賑わいの中心に

商店街のSNSのフォローアカウント数は現在約

1,200件で、商店街の固定ファンが獲得できている。

イベントは、役員間で協議し、年1回の大規模な催しではなく、年間を通じて訪れてもらえるように中規模の催しを年3~4回開催するよう工夫している。イベントの際には若い新規出店者やその知り合いなどの多彩な出店者が通り沿いにブースを出店しており、食事や買い物を楽しむ大勢の来場者で賑わっている。固定客だけでなく、通行する地元客や観光客も立ち寄り、魅力あふれる「個の集まり」として商店街をPRし、さらなる顧客獲得につなげている。



若い出店者を中心に企画したイベント（サンデーマーケット）

## 実施体制

イベント事業には、市からの助成金を一部活用しているほか、商店街のCMやパンフレット制作についても支援を受けている。

「せせらぎ Marche」の企画・運営は、すべて商店街の若手に任されており、地元の高等専門学校や製菓専門学校、まちづくり研究会や青年会議所等と連携しながら、業者に一任せず商店街や地域の人的ネットワークを活用して取り組み、他の商店街のイベントとの差別化を図っている。

## キーパーソンからのコメント



せせらぎ通り商店街振興会  
前列左より  
会長 高崎 正剛  
吉田 健朗  
後列左より  
川嶋 秀俊  
塚本 美樹  
森忠 典靖

### 商店街知名度向上に伴う人との縁

発足して20年が経たない商店街のため、知名度が低いと感じ、まずは「せせらぎ通り」を認識してもらうことが必要と考え、ホームページやSNS等の利用や若者に響くイベントを実施しました。その中で、商店街内の若手のネットワークができ、石川工業高等専門学校をはじめ様々な地域団体との連携に発展し、新たな人たちとのご縁が広がった結果、若者が楽しめる商店街としての知名度向上につながったと思います。

### 商店街の役割は経営支援と地域コミュニティ

商店街の役割は、個々のお店の売り上げや経営につながる活動を行うことです。特に、新しく出店した店舗が継続して営業を続けられるよう、商店街としても情報発信や悩み事相談ができる環境づくりをしていきたいと考えています。

また、商店街には、地域コミュニティを担う役割もありますので、今後もマルシェなどのイベントの開催を通じて、様々な人がつながる場として地域活性化につなげていきたいです。