

うらぶくろ商店街 (うらぶくろ商店街振興組合)

広島県広島市

個性的な品揃えの「蚤の市」開催で、 空き店舗解消・客数増加を実現



取組の背景

どこにもない魅力のある 商店街づくりを目指して

うらぶくろ商店街は、平和都市として安定した観光客が訪れる広島市の中心市街地に位置し、表通りにあたる繁華街の「本通」が至近にある。立地の優位性があるとともに個性的な店舗が点在するものの、これまで裏通りへの人の流れを作ることができていなかった。それは、商店街振興組合設立までは、住民や店主・スタッフ・地権者の交流もほとんどなく、中心商業地域としてのソフト事業が皆無であったためであるが、組合設立以降は、イベント開催や地域と連携した活動等に取組んできた。

また、郊外に大型ショッピングモール等が乱立した影響を受け、空きテナントが増加し、老朽ビルの多くはコインパーキングになった。街並みがさびれないように歯止めをかけ、人の流れを作るためには、組合員、非組合員に関わらず店主等が一体となって、何処にもないうらぶくろ商店街ならではの強力な魅力を新たに作り、印象づけ、ひいては空き店舗への入居を促す対策を講じる必要があった。

取組の内容

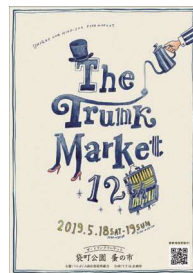
ここでしか手に入らない 「蚤の市」の開催

人の流れを作るために、商店街に出店する店主がアイデアを出し合い、隣接する袋町公園での「蚤の市」を企画。実施にあたっては、商店街と外部の専門的なボランティアスタッフによる協働の企画室を立ち上げた。企画室では「スポーツ・アウトドア」「女性向け」等のコンセプト提案や運営体制の構築、各回テーマに沿った出店者の掘り起こし等を担当している

蚤の市の名称は「ザ・トランクマーケット」とし、いろいろなお店の人がトランクに商品を詰め込み、会場でトランクを開けてお店を出すというイメージとした。衣食住の専門家が出店し、このマーケットにしかない価値を創出することを意識し、在庫処分ではなく「この日

だけの商品」「自慢の一品」を持ち寄ることを呼びかける等の工夫を取り入れている。また、出店者は商店街の店舗を中心に広島に拠点のある店舗を半分、東京等県外からの店舗を半分となるよう選定し、屋外イベントには出店しない飲食店や東京にしかない店、当日だけのコラボ商品を扱ったお店等、通常の蚤の市では珍しい出店や品揃えで、特別感を演出できている。ボランティアによる企画室運営のため、出店料を軽減でき、経費がかさむ県外からも出店しやすい環境を整えている。

会場は、来場者に印象が残るようマーケット独自のテントをデザインするとともに、公園内のレイアウトにも配慮し、ゆったりと買い物を楽しめるよう工夫した。また、出店者には、企画室が地域企業とのマッチングや不動産紹介もあわせて行うことで、商店街への出店誘致のきっかけとなるようにした。特に県外からの出店者はマーケットを通じて地域特性を把握できるため、魅力的な店舗の商店街への出店につながっている。こうした他地域からの進出は空き店舗を解消し、店同士が切磋琢磨して商店街の魅力を向上させる仕組みにもなっている。



おしゃれなマーケットの雰囲気
が伝わる効果的なチラシ



にぎわいを見せるマーケット

取組の成果

「蚤の市」の来場効果と 商店街の魅力向上

魅力的な店舗が商品を並べるおしゃれなマーケットとして、2013年11月に初回を開催。その後、年2回、5月と11月に各2日開催し、2018年度の開催で11回を数える。マーケットコンセプトから、情報に敏感でおしゃ

れな方が来場し、現在は安定して2万人が来訪する。

出店者や会場の雰囲気、広報等一貫してセンスが良いマーケット主催者として、商店街の持つ個性的で斬新な街区イメージを強く印象付けることにも成功し、出店者のうち6社が商店街および近隣に実店舗を構えたことから、更に商店街の魅力が向上した。

出店者は当初約50店からスタートし、回を重ねる毎に増加、70店舗に達したが、会場が手狭になり、ゆったりとした買い物空間を演出できないことから、60店にとどめるよう見直した。その結果、各店舗の売上げが上がり、来場者の滞在時間が伸びる等の効果があった。



夜もにぎわうマーケット

実施体制

企画室は、8人のメンバーで構成。広報活動は、企画室がチラシ及び雑誌・ウェブ媒体のコンテンツを作成し、SNSも活用している。商店街、各店舗及び出店者も個々に様々な媒体を利用して、広報を実施している。

人材面では、企画室内に専門スタッフが在籍し、個々の強みを活かしてデザイン、出店者調整、保健所申請ガイドラインの作成等を実施、円滑な運営ができています。

財政面では、マーケット出店料を出店用テントの初期投資費用、マーケット運営費に充てている。既に初期投資費用は償還済で、出店料の一部が商店街組合への事業収入となっている。

また、広島市とも連携し、マーケットの開催会場として市所有の公園を利用している。

キーパーソンからのコメント

エリアの活性化事業として始めた「ザ・トランクマーケット」

今春で12回目を数えるこのイベントは、商店街振興組合と近隣店舗の協力で、大人気のイベントに成長したものの、本来の目的は単発イベントによる当日集客ではなく、「中心市街地の公共空間や緑地活用によるにぎわいの創出」に向けたいわば実験の位置付けになります。今後の公共空間を活用した恒常的なにぎわい創出に向けて、我々は以下の6点を目標に事業運営をしています。

1. 地域を回遊するお客様の増加
 2. 地域商業・観光資源の振興
 3. 工夫ある売出しによる商業活性と地域連携強化
 4. 話題作りによる地域の知名度向上
 5. 公園等公共空間の民間活用促進
 6. 伝統工芸・文化・アートの普及・醸成
- 当マルシェイベントのように、公共空間を高度に「商業」「文化」利用することで、新たなにぎわい創出の可能性が拓けていくと確信しています。



うらぶくろ商店街振興組合
副理事長
奥原 誠次郎

商店街の概要

うらぶくろ商店街は広島市中心市街地の袋町にあり、旧西国街道で中四国最大の商店街「本通」の南に並行する2本の裏通りである。隠れた名店やおしゃれな店舗が点在し、個性的で斬新な街区のイメージを形成しているが、組織もなく、特にまとまった活動をしていなかった。1日の通行量が本通の約5万人に対して1割以下という調査結果に危機感を抱き、「裏通り」を魅力あふれる通りとし、にぎわいを呼び込もうと、2007年4月に袋町「裏通り」活性化委員会（準備会）、翌年7月に袋町「裏通り」活性化委員会が発足、2010年12月に「うらぶくろ商店街振興組合」を設立。魅力発信やイベント開催、環境整備等を行った結果、近年来街者が増加している。

- | | | | | | |
|--------|----------------|-------|---|----------|------------------------|
| ● 所在地 | 広島県広島市中区袋町 | ● URL | https://urabukuro.com/ | ● 商店街の類型 | エリア価値向上型 |
| ● 人口 | 約13.4万人（広島市中区） | ● 会員数 | 171名 | ● 主な客層 | 学生・若者、サラリーマン／20歳代、30歳代 |
| ● 電話／ | 082-207-1629 | ● 店舗数 | 117店舗（小売業49店、飲食業25店、サービス業28店、不動産業4店、医療サービス業2店、その他9店） | | |
| ● FAX／ | 082-208-2820 | | | | |