

中の棚商店街 (広島市中の棚商店街振興組合)

広島県広島市

市と連携し子育て支援施設を誘致 子育て世代の呼び込みに成功



取組の背景

郊外型商業施設と競合する中で 来街者を増やす取組

広島市の中央部商店街は、郊外型商業施設の増加や、JR広島駅前の再開発による商業エリアの拡大により、競争過多の状態にあるといえる。これに、人口減少やインターネット通販市場との競合も加わり、商店街は非常に厳しい状況である。また、広島市は「原爆ドーム」「宮島」の世界遺産を擁することから、インバウンドをはじめとする観光客が訪れるものの、滞在時間の短さや回遊性の乏しさから大きな消費は見込まれていない。

同商店街としては各店舗のターゲットを明確にした個性的な店作りとともに、中振連（広島市中央部商店街振興組合連合会）との共同事業やイベントを通じて、店舗や商店街がそれぞれの役割を認識し、個性を活かした事業を展開していたが、依然、最大の課題である郊外型商業施設との競合状態の改善にはつながっていなかった。



同商店街にある中の棚稲荷神社

取組の内容

車を利用する子育て世代に 来街してもらうために

郊外型商業施設の強みは車で行きやすいことであり、施設内にはキッズスペースなどを設けており、商店街と比較すると子育て世帯に対する訴求力は圧倒的に優位であると分析。さらに商店街から1度離れた子育て世帯が、時を経て中年層や若者世代へと年齢を重ねたときに商店街に呼び戻すことは困難と予想した。そのため、郊外型商業施設と競合しながらも子育て世帯を呼び込む取組が不可欠だと考えた。

同商店街では美容院が多いことから、子育てNPO団体と協力して、美容院を利用したい子育て世帯のための「商店街こども一時預かり所」を試験的に開設し、好評を得た。そして、イベント期間中以外でも子育て支援を可能とするため、2012年に広島県が子育て支援施設事業を展開する際に、同商店街テナントビルの空き物件に「広島県子育てサポートステーション・エポカキッズ」を誘致・開設した。開設後、月間1000人前後の利用者があり、結果的に来街者増にも寄与。また、利用者へのアンケートから、都心部のマタニティ・ブルーに悩む母親に対する救済策となる等の有効性も確認された。その後、予算不足により施設閉鎖の危機に見舞われたが、広島市への要望活動、子育てNPO等との連携、ビルオーナーとの家賃交渉等が奏功したことに加え、国の「地域子育て支援拠点事業」制度の活用により、2016年に「ひろしまNPOセンター」の受託を得て、広島市の「公募型子育てオープンスペース・つばさ」として現在まで継続している。

自動車利用者に向けては、以前より他の中央部商店街と連携した中振連による共通駐車券発行事業へ参加している。さらに中振連ではピースメッセージ「とうろう流し」や、とうかさ大祭時の「ゆかたできん祭」と胡子大祭時の「えべっさん」の「中央通りホコテンイベント」を共同開催している。



子育てオープンスペース・つばさ内部

取組の成果

子育て世代に優しく、 親子で楽しめる商店街へ

「子育てオープンスペース・つばさ」がリニューアルした2016年の通行量調査では、来街者数が前年比5%

増加した。なお、子育て支援施設の組織改編によるスタッフの減少に加え、利用料の徴収を開始したこと等で利用者数の大幅減少が見込まれたが、前年の20%減程度に落ち着いた。その後も施設の一時利用者数等は安定的に推移しており、教室開催時や音楽イベント時は盛況である。

これらの調査結果を踏まえ、更に施設利用者に同商店街を利用してもらうべく、イベント「中の棚運気を揚げん祭」での「こども写真コンテスト」や、商店街登録店で集めたポイントに応じて「一時預かり利用券」や「買物券」がもらえる「中の棚商店街子育て応援ポイントカード」事業を実施。また、一時預かり利用者には組合が管理する最寄りの駐車場の駐車券を提供している。

なお、「中の棚運気を揚げん祭」は、毎年6月、同商店街にある中の棚稲荷神社での「例大祭」と併せて開催され、「こども写真コンテスト」のほか「中の棚歴史展」等を実施している。店舗利用者に対しては、買い物券・食事券が当たる福引券を配布。加えて、神社と同商店街のオリジナルキャラクター「九美の狐」のストラップ

を景品として、福引参加者へ同商店街をPRしている。

その他、同商店街のファンを増やすため、秋には「中の棚秋のおもてなしキャンペーン」として、クーポン付パンフレットの配布のほか、街角コンサートや食事と音楽が楽しめるおもてなしコンサート等を開催している。



同商店街と神社のオリジナルキャラクター「九美の狐」 「つばさ」での音楽イベントの様子



実施体制

同商店街は「中の棚商店街振興組合」により運営され、2018年で開設32年を迎えた。振興組合は、道路のカラー舗装や街路灯のLED化を進める等の設備投資を実施しているほか、イベントの運営にも中心的な役割を果たしている。

キーパーソンからのコメント

多くの子育て世代に来てもらえる商店街を目指して

郊外型商業施設との競争激化の中、広島市の中央部商店街はシャッター通りにならずに済んでいます。

これは、早くから中振連を通じて共同イベントや共通駐車券発行等の活動を積極的に続けた成果だと思っています。

さらに、美容院や飲食店、駐車場が多い等の当商店街の特徴を考えたときに、当商店街で独自に考えた施策が、子育て施設の誘致でした。

子育て支援施設の開設に伴い、商店街の老舗和食店では、ランチ時の個室の開放やこども向けメニューの開発等、子育て世代向けサービスを積極的に提供し始めました。また、キッズスペースを設ける美容院等、子育て世代に対応した個店も少しずつ現れています。子育て施設の利用者が当商店街や中央部商店街を歩いてくれば、必ず商売にも繋がると信じて活動しています。



広島市中の棚商店街振興組合
常務理事
山下 茂男

商店街の概要

広島市の中心商業地「八丁堀地区」に立地し、広域型商店街で目抜き通りの本通商店街・金座街商店街及び路面電車の通る相生通りに囲まれたエリアにある、格子状の5本の街路に面した店舗等で構成される。江戸時代に広島城の堀に続く運河に面した魚市場から発展した街であることから、1997年に魚や川をモチーフにしたカラー舗装や街路灯を整備した。小規模なテナントビルが多く、近年は物販よりも飲食や美容・エステ等のサービス業の出店が多い。「中の棚稲荷神社例大祭」とのコラボイベントや、中振連との共同事業の実施、子育て支援施設の誘致・開設や維持に取組んでいる。

- 所在地 広島県広島市中区立町・本通
- 人口 13.4万人(広島市中区)
- 電話／ 082-245-7780
- FAX／ 082-245-7782
- URL <http://www.nakanotana.jp/>

- URL <https://ja-jp.facebook.com/nakanotana/>
- 会員数 135名
- 店舗数 200店舗(小売業57店、飲食業88店、サービス業42店、金融業4店、不動産業2店、医療サービス業5店、他2店)

- 商店街の類型 エリア価値向上型
- 主な客層 主婦、サラリーマン／30歳代、40歳代