

山口市中心商店街 (山口市商店街連合会)

山口県山口市

商店街を取り巻く外部環境との連携によるWin-Winの関係構築

取組の背景

点から線、線から面へ繋ぐ、 外との連携の必要性

商店街を取り巻くデータとして、山口市の小売業年間販売額をみると、1997年から2007年にかけて中心市街地は約4割減少し、山口市全体に占める中心市街地の販売額シェアも2割から1割強へと低下。商店街通行量も、2012年は1996年と比べ、平日は5割以上減、休日も4割減と大幅な減少傾向が見受けられた。

これらの結果をみると、山口市中心商店街区域やその周辺には、多くの集客が見込める施設やコンテンツがあるものの、面的な連携・活用が不十分で、商店街区域への人の流れの創出に繋がりがきれていないことが判明した。

したがって、既存の商店街同士の連携のみならず、県立美術館等の周辺施設や、商店街内に立地している百貨店等との連携を更に深めることで、新たな消費行動の促進を行い、そして、新たな来街者の取込みを継続的に行うことこそが、減少傾向である商店街を再び活性化させる為のカギである事が伺えた。



ハロウィン仮装パレード

取組の内容

アプリを活用した連携や、 百貨店との連携

商店街連合会は「山口セタちょうちんまつり」や「山口祇園祭女みこし」等主要なイベントを実施するとともに、まちづくり会社である(株)街づくり山口とも連携する等して、新たな来街者層の取込み、商店街来街者に

対する新たな消費行動の促進をねらい、これまで連携していなかった新たな主体との協働によるイベントを通じて、新規来街者の獲得・来街者の消費額増加とすべく、次の取組を実施。

1. 美術館との連携：年間約25万人強が来館する山口県立美術館が徒歩7分の距離にあることから、美術館の企画展示に合わせ、約70店の連合会会員が協力店となり、来館者の商店街への誘導イベントを開催。「山口街中アプリ」も活用し、参加者へのプレゼント提供等を実施し、集客拡大に貢献した。
2. 百貨店との連携：商店街内に立地する百貨店「山口井筒屋」には年間約200万人が来客しており、ここで開催される物産展に合わせ、協力店と連動したサービスを提供。例えば北海道物産展に合わせ、商店街内の飲食店で北海道に関係したメニューを展開。また京都物産展の開催時には、商店街内の飲食店で抹茶特別メニューを提供するほか、呉服店による着物等の割引サービスを実施し、物産展を訪れる特定地域への関心者層を商店街に誘導し、商店街内で消費させることに成功した。
3. プロスポーツチームとの連携：商店街内にはJ2サッカーチーム「レノファ山口」のアンテナショップがある。当該チームのホームグラウンドは商店街から電車で10分の距離にあり、ファミリー層サポーターの来街が多く、レノファとの連携事業を実施。ホームゲームに合わせた協力店による応援商品・サービスの提供や、「山口街中アプリ」を活用したレノファと商店街との連携イベントにより、新たな来街者の発掘に成功した。
4. 教育機関との連携：2013年度から山口農業高校と連携し、商店街内で「山農チャレンジショップ」による物販市や木工体験ワークショップを実施。また、山口大学及び山口県立大学と連携した「外国人留学生向け商店街ツアー」を開催し、新たな集客に繋がった。このイベントは来年度以降も実施を予定しており、高校生の家族・親戚や外国人留学生等新たな来街者層の持続的な来街に貢献している。





HOLA!やまぐちスペインフェスタ

取組の成果

数字では出てこない、
確実な手ごたえを実感

目標来街者数を38,000人と定め、取組を行ってきた結果、2016年度は34,409人、2017年度は31,572人と目標達成には及ばない数字ではあるが、商店街関係者からは来街者の数ではなく、来街者からの反応による質の変化を体感的に感じているという声が出ており、確実に取組みの効果が出ていると考えられる。今後は来街者の質の面のみならず数に繋げていく取組をより意識的に行う必要がある。

実施体制

独自事業を継続的に実施していく為、山口市、山口商工会議所、7つの商店街による連携実施体制を構築しており、毎年度、事業実施報告を取りまとめ、次年度事業検討に係る議論を踏まえ、次年度事業計画を策定している。また、同事業に係る広報は、HP「山口街中」により、商店街のイベント情報や、各店舗の詳細情報を掲載した店舗情報をタイムリーに情報発信している。

そして、山口市では、これまでの「山口市総合計画」のほか、2018年度からの第二次総合計画で、「広域県央中核都市づくり」を都市政策の一つとして定め、中心商店街を含むエリアを山口都市核と位置づけ、行政、文化、教育、商業、観光等の都市の特性や既存ストックをより高めていくこととしている。

キーパーソンからのコメント

若者を巻き込んだ地域一体となったまちの活性化がカギ

商業機能から捉えた場合の商店街は依然として厳しい状況であることに変わりはありませんが、商店街連合会を始め、まちづくり会社・中心市街地活性化協議会等の機関が連携して、新たなまちづくりに取組んでいます。出店支援政策のもと空き店舗数は近年着実に減少しており、一定の新陳代謝が生み出されています。商店街の若手や地元の学生など次世代を巻き込んだ活動も広がっています。まちなかの広場活用を通じ

たコミュニティ育成や居住環境の整備など新たな動きも生まれています。各商店街が独自に実施する広報活動や賑わい創出だけでなく、連合会が中心となったイベント開催や共同販促にも積極的に取組んでいます。商店街の役割は時代とともに変化していますが、山口市中心商店街では従来の取組みに加え、新たなプレーヤーを巻き込んだ次世代のまちづくりを推進し、地域一体となったまちの活性化に取り組んでいます。

山口市中心市街地タウンマネージャー
弘中 明彦商店街の
概要

山口三大祭「山口七夕ちょうちんまつり」「山口祇園祭」「山口天神祭」の舞台でもあり、中世から明治、現在に至るまで山口の中心市街地エリアに立地。山口市商店街連合会は7つの商店街(中市、米屋町、西門前、道場門前、大市、駅通り、新町)により構成され、地域一体となった商業空間を形成し、商圈は防府市、萩市等県内広範囲に渡る。

現在は7つの商店街を一つのショッピングモールと見立て、東西に伸びるアーケード、縦のJR山口駅につながる街路による「2核十字型モール構想」を基本として商業活性化にあたっている。東西の核施設である西の「どうもんパーク」、東の「マルシェ中市」の整備とともに、空き店舗への新規出店も通行量の増加に寄与している。

● 所在地	山口県山口市中市町・米屋町・道場門前	● URL	http://www.yamaguchi-machinaka.com/	● 商店街の類型	エリア価値向上型
● 人口	約20万人(山口市)	● 会員数	277名	● 主な客層	家族連れ(親子)、主婦／30歳代、40歳代
● 電話／	083-902-3386	● 店舗数	277名店舗(小売業129店、飲食業45店、サービス業68店、金融業4店、不動産業2店、その他29店)		
● FAX／	083-902-3327				