

めったりてらすしょうてんがい

沼垂テラス商店街

(沼垂テラス商店会)

新潟県新潟市中央区沼垂東

地域資源を活かしてにぎわい創出 将来を担う人材育成をサポート



取組の背景

ウィズコロナ時代 商店街としての向き合い方

2015年4月以来、毎月1回欠かさず開催してきたイベント「朝市」の来場者数は、商店街の知名度が向上したことと、外部出店者の数が当初から5～6倍に増えたことなどから、年間2万人以上が同商店街を訪れる一大地域イベントに成長。県内外からの集客やインバウンドの需要もあり、「朝市」をはじめ「冬市」、「夜市」などのイベントも順調に推移していたが、新型コロナウイルスの影響により2020年3月以降、特にゴールデンウィーク期間は来場者が著しく減少した。2020年度は4月から10月までの間、「朝市」の開催を自粛しており、今後開催予定の各種イベントの来場者数の減少が予想される。

ウィズコロナの時代に、今後この町の将来や方向性を考えたときにやるべきこと、進むべきことを明確にするため、商店街として時代や環境と、どのように向き合

取組の内容

観光客と地元住民に向けた 「場を活かす」取組

「朝市」や「冬市」、「夜市」などのイベントは、商店街出店者による実行委員会を設けてウィズコロナの環境変化に対応した企画や運営を行っている。商店街出店者自らが自身の置かれている状況を考え、この環境下で顧客が求めているものや自分達に求められているもの、「場を活かす」努力とは何かなどを真摯に向き合うようになった。

大きな環境変化に対応するために同商店街の顧客ニーズの動向や商圈分析を行ったうえで、商店街ウェブサイトやFacebookでの店舗紹介、ECショップページの開設、ブログ記事でのイベントのPRなどSNSを活用した広報活動を実施。また、地元住民に商業ビルや大型スーパーとは異なる身近な地域の商店街として、温かな地域とのつながりを再認識してもらうために、

うかを検討し、新たな来街者創造のため同商店街が持っている経営資源を活かした具体的な方策を継続的に行うことが必要であった。

また、遠方からの来街者への対応を図りつつも、地元住民の消費者に対して商店街の存在や活動を再認識してもらうために、商店街の構成員が一体となってPRおよび対応策について改めて見直しを図ることが必要になっている。



月に一度開催されるイベントの様子

近隣エリアを含めたグルメマップや地元向け案内チラシを作成し、地元新聞への折り込みを行う広報活動を行った。

平日の利用者を増やすために、同商店街にコワーキングスペース「しごと場灯台-Toudai-」を設置。コロナ禍において、近隣エリアの方々を中心にリモートワー



コワーキングスペースしごと場灯台の内観

クや打ち合わせ、学習ができる場として、買い物目的での商店街利用に加えて新たな選択肢を提供している。「しごと場灯台-Toudai-」では商店街スタッフや来街者によるワークショップやポップアップ・ショップなどを開

催し、学生や起業を考えている若者にも地域とのかかわりを持てる場として活用するなど、人材・担い手育成に向けた役割を果たしている。

取組の成果

店舗数は順調に増加
地域全体の集客に貢献

空き家や空き店舗を活用し、1年に1店舗新規出店することを目標として定め、取組を行ってきた結果、取組前の2017年度の店舗数は28店舗、2019年度は31店舗、

2020年度は33店舗と目標を上回る出店数となった。

シャッター通り化していた場所が息を吹き返し、日常使いのできる「地域の商店街」として復活しただけでなく、新たな新潟の「観光エリア」としての役割を担っている。観光雑誌やメディアに紹介されることにより、同商店街のみならず沼垂エリア全体の集客に貢献している。

実施体制

同商店街の運営をより持続可能なものとするため、管理会社である、株式会社テラスオフィスが複数の直営店舗を運営し収入の確保に努めている。さらに同社では新潟商工会議所などの公的支援機関と連携し、起業相談、経営の安定・持続化に向けた各

種支援体制を整備した。若い経営者が多い同商店街各店の個別経営課題の解決について、さまざまな施策の活用を図り、出店者の経営力強化と持続的発展を推進している。

また、各出店者独自の情報発信に加え、沼垂テラス商店街としてウェブサイトやFacebookなどSNSでの広報活動、各種メディアを活用した情報発信を継続的に行っている。

キーパーソンからのコメント

きっかけは父のひと言から。息を吹き返した町にムーブメントが次々と起きる!

約10年前、シャッター通りとなっていた長屋市場の一角で新たに惣菜店をやろう…と最初に口火を切ったのは、実は父でした。長年この場所で飲食業を営み、町の盛衰を見てきた父のひと言は、今となってみればこの町の未来を見据えて発した言葉だったのかもしれない。その惣菜店がきっかけとなり、少しずつ店が増えていき、結果的には今の商店街形成に繋がりました。

した。

町の再生プロジェクトを決意した当初は調整や交渉で汗をかきましたが、気がつくといっしょに仲間が集結し、関係する多くの方々の協力や理解のおかげで、今ではたくさんの方が行き交う心地良い空間が広がっています。

7年目を迎えた当商店街。これからもスピード感と実行力をもって、進化を目指していきたいと思っています。



(株)テラスオフィス 代表 田村寛

商店街の概要

1970年代、多くの店舗と人で活気にあふれていた「沼垂市場通り」は、高齢化や郊外化などの影響により近年は寂れたシャッター通りとなっていた。2014年に商店街の再生に向けて「沼垂市場通り」の長屋一体を統一したコンセプト・デザインのもと「沼垂テラス商店街」としてグランドオープンさせた。「歴史・文化・景観を活かして、ここでしか出会えないモノ・ヒト・空間」をコンセプトにレトロな長屋の外観と各店舗の個性が融合した商店街は、若者や訪日外国人観光客を中心に、幅広い年代から注目を集めている。

所在地 新潟県新潟市中央区沼垂東
人口 約17万人(新潟市中央区)
電話 025-384-4010
FAX 025-384-4020

URL <https://nuttari.jp/>
会員数 30名
店舗数 32店舗(小売業17店、飲食業7店、サービス業2店、不動産業1店、その他5店)

商店街の類型 単独型
主な客層 家族連れ(親子)、国内観光客
／30歳代、40歳代