

ここに注目！



広域に他地域商店街等との連携を強化し、イベント開催により集客の強化を図る。

ポイント

商店街内の不足業種を補う目的から、商店街の空き駐車場において、地場野菜や手作り食品などを販売するテント市を毎月開催するなど、商店街活性化に向けて積極的な取組を実施している。特に、地域住民を基本的なターゲットにしつつ、より多くの人に商店街を知ってもらうことを目的に、「小京都」と呼ばれる大野市ならではの特徴を活かした「越前大野小京都まつり」を年2回開催し、2日間で数万人が商店街を訪れるなど、短期間で広域からの大勢の集客に成功している。

[商店街概要及び取組の背景]

城下町の中心に位置する歴史ある商店街

400年以上の歴史がある大野の城下町の中心に位置し、JR大野駅から西へ800m、南北へ約250mに延びる近隣型の商店街で、現在も古くから続く店舗が多数残っている。

当商店街周辺には、金融機関や郵便局、病院等日常生活に密接した事業所が集中し、大野市中心市街地活性化基本計画エリア内でも重要な位置を占めている。

一方、市街地の核として商店街の更なる活性化を図るには、より広域的な集客が課題となっている。

[取組の概要・効果]

Plan・Do

越前大野 小京都まつりの開催

大野市は、城下町として栄えた古い街並みが残り、その佇まいをして北陸の小京都と言われることから、五番商店街では、全国の小京都の物産を集めた「越前大野 小京都まつり」を開催している。

このイベントは、単なる地方の物産展にとどまらず、平成25年の開催時には、兵庫県篠山市の“丹波黒豆”、



「越前大野 小京都まつり」で賑わう商店街

静岡県森町の“次郎柿ワイン”、長野県飯山市の“幻の米”、高知県安芸市の“柚子ポン酢”等、全国の「小京都」と言われる地域や、新潟県、高山市、関市、福井市など各地の特産品を販売するブースが商店街通りのテント内に30余り並ぶという、臨場感漂う全国的にも珍しい物産展となっている。

また、本イベントに合わせて、地元の特産品や地場野菜などを販売するブースを出店するなど、相乗効果による集客増の効果が出ている。

[効果の評価と改善策の実施等]

Check・Action

商店街の更なる発展を目指して

「越前大野 小京都まつり」は、春と秋の年2回の開催で、来場者数は2回合わせて5.7万人と集客効果は非常に高く、近隣住民を始め、普段は買い物に訪れないファミリー層や、市・県外からのお客さんも多く訪れており、商店街の認知度向上に大きく寄与している。

また、この取組以外に、商店街の不足業種を補う目的から、商店街の空き駐車場において、地場野菜や手作り食品などを販売するテント市を毎月開催するなど、商店街活性化に向けた取組が定着している。

[実施体制]

運営協力体制

事業の運営に当たり五番商店街では、商工会議所、市と連携し、広報や事業運営の協力を得ている。また、テント市事業では、地元農家、福祉団体、学生などから出店の協力を得ることで、継続的な取組につながっている。



「越前大野 小京都まつり」のテント市



基本データ

所在地：福井県大野市明倫町

会員数：35名

店舗数：35店舗



古都の風情を演出



キーパーソン

五番商店街振興組合

代表理事 福岡 廣志

準備、運営の合理化、見直しにより、 営業活動に集中

商店街のイベント事業は、準備や当日運営等に人手がかかり、個店の売上につながりにくいと言われます。

五番商店街においても、商店街の衰退や店舗減少に伴い組合員の負担は増加していきました。「商売をしたい。そのためにイベントを育ててきたのじゃないのか。何のためのイベントか」という意見が組合員の中から出てくるようになりました。

イベントの運営に力を入れるあまり、平日閑散とした商店街に大勢の来街者が来るというチャンスに個店として対応できない状況になっていたのです。

そこで、イベントを開催しながら個店の売り上げ増加をめざすため、準備や運営方法について役員会を中心に見直しました。

また、商工会議所や市と一体となった協力体制を築くことができたこともあり、準備・片付けの時間短縮と、

組合員が商売に専念できる環境の創出につながりました。

原点への回帰 地域コミュニティの一員として

イベントが終われば閑散とした商店街に戻ってしまう現状があります。日常的な賑わいづくりには、平日の来街者を増やすことが必要です。商店街では「遠くの親戚より近くの五番商店街」を合言葉に、今一度商売の原点に立ち戻り、人情味あふれ、安心、安全な地域に根ざした商店街を目指していきます。

課題はいっぱいありますが、できることから取り組みます。まちづくり会社をはじめ、商工会議所、市との連携を更に密にして、空き店舗対策や、コミュニケーションの場の創出などハード面の充実もしていきたいと考えています。

最近、家業を継ぐ後継者が新しい発想で店舗改装、営業をスタートした結果、30代、40代の若いお客様が増えてきました。また若いメンバーを中心に青年部活動再開の兆しも見えてきました。彼らの活動が商店街活性化の力となるよう支援していきたいと思えます。