

ここに注目！ 商店主自らがアニメを楽しみファンと交流 アニメファンを大洗町のファンに



ポイント

大洗町を舞台にした人気アニメ「ガールズ&パンツァー」(ガルパン)とのコラボイベントの実施でアニメファンを誘客。また、店に入りやすくする仕組みとして「店主パネル」を設置した。さらに、地域資源を活用した新たな特産品の開発や、隣接商店街との連携イベント等により、恒常的なにぎわいを創出。

【現状分析及び課題抽出】

Plan

宿泊客の減少に歯止めをかける

以前から、海水浴を中心とした海浜エリアへ来た人々を如何に商店街に呼び込むかが課題であった。加えて近年は、郊外の大型店舗への買物客の流出や、高速道路の充実により日帰り圏が拡大したことによる宿泊客の減少を如何に食い止めるかも課題となっている。特に、宿泊客の減少について、大洗町商店街は、主に地域住民が利用する商店街であるほか、観光地という特異性を有しているため、宿泊施設への商品販売も売り上げの大きなウエイトを占めることから重要課題の一つとなっていた。

【対応策の優位性】

Do

「ガルパン」が一つの起爆剤

大洗港に密集した商店街の立地を活かし、今まで単体で実施してきた誘客方策や新たな取組を合同で実施し、各商店街の連携を図っている。

その取組の一つとして、「ガルパン」を一つの起爆剤として様々な主体がまちの魅力づくりに参画している。具体的には、ガルパン登場人物の等身大パネル(全56体)を設置した「ガルパン街なかかくれんぼ」やクイズラリー、スタンプラリー等を実施し、全国のアニメファンの誘客に努めている。

また、曲がり松商店街で実施してきた100円商店街について、隣接する永町・髭釜商店街も新たに加え、商店街が一体となった取組への相乗効果を創出し、さ

基本データ

大洗町商店街

所在地:茨城県東茨城郡大洗町磯浜町

人口:約2万人(大洗町)

会員数:176名

店舗数:175店舗(買回品小売店10、最寄品小売店100、飲食店30、サービス店20、その他15)

商店街の類型:地域型商店街

主な客層:高齢者、家族連れ、観光客

関連URL:<http://oarai-shokokai.com/>(大洗町商工会)

商店街概要

大洗町商店街は、大洗町の全商店街(宮下・東町・曲がり松・新町・通り町・永町・新道・髭釜・大貫商店街)の総称である。全長約4kmに及ぶ商店街であるが、大洗町の中心部に位置し、古くから町の経済の中核を担い発展してきた。商店街の一部には、白砂青松で知られる大洗の「松」、昭和の時代を感じさせるまちなみや風情が今もなお残っている。



人気アニメとのコラボで「店主パネル」を設置

らには、カジキマグロを使った新たな町の特産品(料理)の開発も行っている。これらの取組を行うことにより、宿泊客や観光客への新たな魅力創出に努めている。

【効果の評価及び改善策】

Check-Action

成功体験が人を変える

ガルパン関連については、多くのファンを飽きさせ

ないような取組を行っている。店主たちもファンと一緒にになってガルパンを楽しみ、積極的に交流を図ってきた結果、多くのファンが商店街のファンとなり、ファンがイベントを手伝ったり、企画から関わったりするなどの波及効果も出ており、移住するファンもいる程である。また、アニメファン以外にも商店街をもっと知ってもらおうと店主自らのパネルを各店舗前に飾り、本日のおすすめや自店のPRなどを書き込み、来店客とのコミュニケーションツールとして役立てている。事前に店主の顔を知ることにより、来店時の会話のきっかけを促す試みである。

し取り組んでいる。また、商店街活性化施策の企画については、各商店街の若手が中心となり、そこに町や商工会の職員も一緒になって取り組んでいる。

今後の取組についても商店街を中心に各種団体の枠組みを超えた連携を図り、継続性を第一に協力体制を構築していきたい。



隣接商店街など地域的な連携によって誘客・活性化

[実施体制等]

一人ひとりがまちづくりの主役へ

ガルパンに関する取組については、各商店街、茨城県、大洗町、大洗町商工会、大洗観光協会、鹿島臨海鉄道、茨城交通、ボランティア等、様々な団体が連携

また、事業の実施後については、PDCAサイクルの「C（Check：評価）」と「A（Action：改善）」に重きを置いており、事業実施後の来場者等の声を重要視し、次のステップへと結びつけています。これは、成功要因より課題要因のほうがより価値があるものと考えているためです。

きっかけづくりが活性化へのヒント

こういった手法により、活性化事業を実施している中、東日本大震災後にアニメ制作会社から大洗を舞台としたアニメを制作したいとのオファーを受けました。アニメの内容では、商店街の店舗を破壊するシーンもあり、店主や地域住民から理解を得られるか不安はありましたが、今まで事業を実施してきた信頼関係から、理解してくれると信じオファーを受けました。その後、アニメとコラボレーションした様々な取組を企画実施し、アニメファンに後押しされたこともあり、今では店主や地域住民の一人ひとりが街づくりの主役として、来場者のもてなしを積極的に行うまでになりました。

我々の役割としては、知っていただくきっかけ、楽しんでいただくきっかけの提供であると考えています。その先は、商店街の各個店が自分のフィールドでどのように活かすかに活性化のヒントがあると考えています。



キーパーソン

大洗町商店街
代表 大里 明 (左)

大洗まいわい市場
代表 常盤 良彦 (右)

コンパクトシティと人の連携

大洗町は居住地をはじめ、行政、商業施設、駅や漁港等が集積しているなど、コンパクトシティとしての地域利点があります。このような地域特性を活かし、多様な主体との連携体制を構築することにより、企画から事業実施までの一連の流れをスピーディーに実施するスキームを早い段階から構築していました。このスキームでは、商店街関係者を含めた数名程度の少人数において各種活性化事業を企画し、事業実施場所をはじめ、日時や時間、相乗効果を高めるため他のイベントとコラボレーションするか等を検討し、基本的には、短期で企画立案から事業実施までを決定します。企画と現場（事業実施主体）をマッチングさせるための人選を最小限にすることで、事業実施までの期間を短縮化させ、活きた事業展開が図れることとなります。