はばたく

2016

中小企業・小規模事業者 300社

商店街 30選

経済産業省 中小企業庁 編

はばたく
中小企業・
小規模事業者

P. 1

300社

はばたく
商店街

P.365

30選

P.　435　　事業者・商店街一覧表

P.　443　　お問い合わせ先

刊行に寄せて

この度の熊本県等を震源とする地震で、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈りするとともに、ご遺族の方々にお悔やみを申し上げます。また、負傷された方々、被災された方々に対し、心よりお見舞いを申し上げます。

これまで、経済産業省では、①電気、ガス、ガソリン等の供給、②食品、日用品等の生活物資の配送、③被災中小企業への支援体制の構築等に、全力を挙げてまいりました。

今後、被災地域の復旧・復興のためには、地域の経済や雇用を支え、地域文化の維持・発展に貢献する中小企業・小規模事業者、商店街の皆様の役割が益々重要となってまいります。経済産業省としても、引き続き、被災された方々への支援に万全を期し、全力で取り組んでまいります。

我が国の経済の好循環が着実に回り始めている中、経済産業省としては、安倍政権の掲げる戦後最大の名目GDP600兆円の実現に向けて、「希望を生み出す強い経済」を創り出していくことも、大きな使命です。

そのためには、我が国の事業者数の99.7%、雇用の7割を占める中小企業・小規模事業者、商店街の皆様に、日本経済の成長の主役として、新たな分野に挑戦していただき、益々ご活躍いただくことが不可欠です。

今回は、各地域で目覚ましい取組をされている中小企業・小規模事業者、商店街の皆様に、その活躍の舞台を世界に広げていただきたいとの思いをこめて、名称を「“はばたく”中小企業・小規模事業者・商店街2016」とし、分野毎に表彰させていただくことにしました。

具体的には、①取引先への発注により「地域」の仕事を創り出す事業者、②女性や若手等の「人材」を活用・育成する事業者、③技術やサービス等の「わざ」を有する事業者、④TPP等を追い風に「海外」に展開する事業者を、「はばたく中小企業・小規模事業者300社」として選定するとともに、各地域で課題解決や国内外の主体との連携により地域活性化に取り組む商店街を、「はばたく商店街30選」として選定しております。

今回受賞された皆様には、これを機に更に大きな舞台にはばたいていただくこと、また皆様の取組を参考に、より多くの中小企業・小規模事業者、商店街の発展、ひいては日本経済の更なる成長につながることを祈念して、私の巻頭言とさせていただきます。

平成28年5月
経済産業大臣　林 幹雄

はばたく中小企業・小規模事業者・商店街

本書は、革新的な製品開発やサービス創造、地域貢献・地域経済の活性化、海外での積極的な販路展開等による国際競争力強化、女性経営者を始めとした人材活用に取り組む、独自の技術・サービスで伸びる取組を行うなど様々な分野で活躍している中小企業・小規模事業者、地域の特性・ニーズを把握し創意工夫を凝らした取組により、地域コミュニティの担い手として商店街の活性化や地域の発展に貢献している商店街の取組事例を「はばたく中小企業・小規模事業者300社」及び「はばたく商店街30選」として選定し、取りまとめたものである。

収録させて頂いた事例は、日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会、全国商店街振興組合連合会、日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、中小企業基盤整備機構、日本貿易振興機構、国際協力機構及び在外大使館・領事館等のご協力を得て、経済産業局のネットワークも活用して全国から収集した中から、沼上幹委員（一橋大学副学長・理事）、石井淳蔵委員（流通科学大学学長）を中心とする外部有識者による厳正な審査を経て、中小企業政策審議会中小企業経営支援分科会（鶴田欣也分科会長）において選定されたものである。

今回選定された300の事業者、30の商店街の取組事例の情報発信を通じて、さらに多くの中小企業・小規模事業者・商店街において、革新的な製品開発・サービス創造や地域経済の活性化や国際競争力の強化への取組が加速されることを期待している。

なお、本冊子の内容については2016年３月現在の掲載企業・商店街からの情報を基に作成、編集している。

はばたく商店街

30選

選定事例一覧

北海道札幌市

発寒北商店街・・・・・・・・・・・374

発寒北商店街振興組合

コミュニティ施設の設置・運営や暮らしに関する相談窓口の設置などの様々な事業を通じ、地域コミュニティの再生・維持に大きく寄与。

青森県南部町

剣吉商店街・・・・・・・・・・・・376

剣吉商店会

剣吉駅を拠点とした地域振興を目的に、剣吉商店会独自の活性化策を行うだけではなく、外部団体と多様な連携を進めながら商店街を活性化。

秋田県横手市

横手駅前商店街・・・・・・・・・・378

横手駅前商店街振興組合

駅前再開発にともない、商店街内部に事業委員会を設置、駅前商業施設などと商店街の連携を強化。

群馬県高崎市

高崎中部名店街・・・・・・・・・・380

商店街振興組合高崎中部名店街

来街者のニーズを的確に把握し、地域の様々な団体や学校との幅広い連携をすることで、年間を通じて数多くの記憶に残るイベントを開催。

千葉県千葉市

稲毛商店街・・・・・・・・・・・・382

稲毛商店街振興組合

地域の核になる！地域交流・地域防災の拠点「あかりサロン稲毛」を建設し、地域コミュニティの担い手としての地位を確立。

はばたく商店街30選

選定事例一覧

神奈川県川崎市

モトスミ・ブレーメン通り商店街・ 384

モトスミ・ブレーメン通り商店街振興組合

好評であったポイント事業の現状に慢心することなく、地域課題の改善に向けた改良も加えた独自のサービスを提供することで、さらなる飛躍。

新潟県加茂市

加茂市五番町商店街・・・・・・・386

加茂市五番町商店街振興組合

アーケードに加茂の特産品を装飾し、加茂の伝統を伝えながら、「食」に特化したイベントの開催や商店街づくりを実施し活性化を図る。

山梨県富士吉田市

富士吉田市商店街・・・・・・・・388

富士吉田市商業連合会

「社会貢献」「個店の魅力発信」をテーマにした持続的事業と、時節に合ったタイムリーな事業を実施し、商店街の賑わいに貢献。

長野県伊那市

伊那まちの再生やるじゃん会・・・390

にぎわい創出イベントや個店の魅力アップ事業、伊那らしいライフスタイルの提案など、様々なアプローチを行い地域の要請に応えられる地域に密着した商店街づくりを推進。

静岡県浜松市

ゆりの木通り商店街・・・・・・・392

若者やクリエイターなど、普段はなかなか商店街との関わりがない人達が集まって企画や戦略を立案、効果的な事業展開に貢献。

選定事例一覧

静岡県沼津市

沼津あげつち商店街・・・・・・・394

沼津あげつち商店街振興組合

一級河川の狩野川の河川空間の民間活用を実践、賑わいと憩いの場を創出し、中心市街地の活性化や子ども達への伝統文化の継承に貢献。

富山県黒部市

宇奈月温泉商店街・・・・・・・・396

宇奈月温泉自治振興会

「世界有数の山岳温泉エコリゾート」というコンセプトを打ち出し、様々な取組を実施、宿泊者数の増加に成功。

岐阜県多治見市

多治見ながせ商店街・・・・・・・398

多治見ながせ商店街振興組合

青年部やまちづくり会社との連携により、新たな店舗の誘致や陶磁器の産地ならではのオリジナルイベントを継続的に実施することで、まちの魅力が増加。

愛知県名古屋市

栄町商店街・・・・・・・・・・・400

栄町商店街振興組合

海外の商店街と姉妹提携を締結し、商店街を国際文化発信の拠点として位置づける事業を展開。

愛知県名古屋市

円頓寺商店街・・・・・・・・・・402

円頓寺商店街振興組合

積極的に課題に挑戦し続け、近隣地域のみならず、潜在的な外国人観光客の需要を掴み、域外誘客を推進。

はばたく商店街30選

選定事例一覧

滋賀県大津市

石山商店街・・・・・・・・・・・・404

石山商店街振興組合

「地域と歩む“暮らしの広場”」を目指して、アクションプランに位置付けた様々な事業に精力的に挑戦。

京都府向日市

激辛商店街・・・・・・・・・・・・406

京都向日市激辛商店街

限りある地域資源の中から自ら特色を生み出し、「激辛」の聖地として独特のアイデアを次々に実現・発信。

大阪府大阪市

駒川商店街・・・・・・・・・・・・408

駒川商店街振興組合

客層のニーズを捉え、地域で連携したイベントを実施することで大規模な集客に成功。地域交流の場として子育て支援にも貢献。

兵庫県神戸市

水道筋商店街・・・・・・・・・・410

水道筋商店街協同組合

次世代に継承するため、“安全で快適な”“環境にやさしい”商店街を目指す。

奈良県大和高田市

片塩商店街・・・・・・・・・・・412

片塩振興協議会

片塩振興協議会、片塩まちづくり株式会社が両輪となって、「お年寄りに優しく、元気になる商店街」づくりを推進。

選定事例一覧

島根県出雲市

出雲大社正門前商店街・・・・・・414

神門通りおもてなし協同組合

観光地の商店街として接客スキルなどの向上、人材育成を図り、店舗の売上げ向上に貢献する事業を展開。

島根県出雲市

平田本町商店街・・・・・・・・・416

平田本町商店街振興組合

商店街が主体となり、認知度の高いボードゲーム“人生ゲーム”を活かして、地域活性化に貢献。

広島県廿日市市

けん玉商店街・・・・・・・・・・418

廿日市駅通り商店会

地域資源である廿日市市発祥の「けん玉」を活用した商品開発やイベントにより、商店街振興に成功。

山口県周南市

周南市中心商店街・・・・・・・・420

株式会社まちあい徳山

空き店舗への出店サポートを行い、3年で28店舗の新規出店が実現。新たなコミュニティの形成へ。

愛媛県松山市

道後商店街・・・・・・・・・・・422

道後商店街振興組合

来街の吸引力となっている道後温泉本館の改修工事を控え、組合の連携を強化し、婦人部・青年部を中心に道後温泉周辺の観光資源への回遊性を向上。

はばたく商店街30選

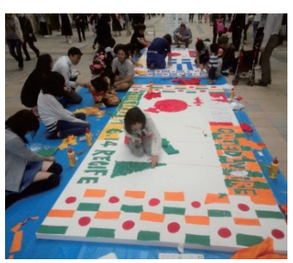
選定事例一覧

高知県高知市

はりまや橋商店街・・・・・・・・424

はりまや橋商店街振興組合

イベントを中心とした様々なソフト事業展開で、老若男女問わず来街者と商業者の距離が非常に近い、心温まるコミュニティ空間を形成。



熊本県熊本市

下通商店街・・・・・・・・・・・426

下通繁栄会

「ヒトにやさしいマチづくり」を目指し、近隣商店街や各種団体との積極的な交流や連携を図り、人々の笑顔を生むことで活性化につなげる。

宮崎県日南市

油津商店街・・・・・・・・・・・428

油津商店街振興会

商店街の再生を託す人材を日南市が公募。強いリーダーシップと行動力により、衰退した商店街が若者がチャレンジする新しいまちに生まれ変わる。

鹿児島県鹿屋市

北田・大手町商店街・・・・・・・430

北田・大手町商店街振興組合

「水と緑と文化が融合した人に優しい湧水商店街」をテーマに、多様な実施主体の声を集約した商店街づくりへ。

沖縄県沖縄市

プラザハウスショッピングセンター・432

プラザハウステナント会

沖縄市の歴史文化を象徴する「琉米文化」を資源として活用し、沖縄市全体のイメージアップ及び波及効果の創出に貢献。

基本データの用語説明等

基本データ

所　在　地	○○県○○市○○
人　　口	約○万人（○市）
電話/ＦＡＸ	xxx-xxx-xxxx/xxx-xxx-xxxx
関連ＵＲＬ	http://www.xxxxxxxx
会　員　数	○○名
店　舗　数	○○店舗（買回り品小売店(※1)○、最寄品小売店(※2)○、飲食店○、サービス店○、その他○）
商店街の類型（※3）	○○型商店街
主な客層（※4）	○○、○○、○○

商店街概要

・・・・・・・

※1：買回り品・・消費者が２つ以上の店を回って比較してから購入する商品。
ファッション関連、家具、家電など。

※2：最寄品・・・消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。
加工食品や家庭雑貨など。

※3：商店街の類型

- 近隣型商店街・・・最寄品中心の商店街で、主に地元主婦が日用品を購入するため徒歩又は自転車などにより来街する商店街
- 地域型商店街・・・最寄品及び買回り品が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲であることから、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
- 広域型商店街・・・百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品より買回り品店が多い商店街
- 超広域型商店街・・百貨店、量販店等を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離から来街する商店街

※4：主な客層は、「①学生・若者、②家族連れ、③主婦、④会社員、⑤高齢者、⑥観光客（国内）、⑦観光客（海外）」の中から、多い順に3つを挙げています。

発寒北商店街
（発寒北商店街振興組合）

北海道札幌市

！取組のポイント

コミュニティ施設の設置・運営や暮らしに関する相談窓口の設置などの様々な事業を通じ、地域コミュニティの再生・維持に大きく寄与。

取組の背景

ニーズ調査をもとに商店街の機能を転換

近隣への大型商業施設の出店などによる来街者の減少・空き店舗の増加を受けて来街者へのニーズ調査を行ったところ、特に若年層は買物を1箇所で済ませる傾向が強く、地域の物販機能を担う役割が商店街からショッピングセンターなどへ移っていると感じた。そこで商店街の機能の見直しを行い、「物販ではなくサービスを提供する商店街」への転換や「地域コミュニティの担い手」としての活動の重要性に気付き、「40年後、札幌で一番住みやすいまちへ」をスローガンとして掲げ、広く商店街の決意を示した。これを受け、2012年には進行する高齢化への対策として「ハツキタくらしの安心プロジェクト」事業に着手するとともに、将来の消費の核となる若い世代・子どもに着目し、地域商店街活性化法の認定を受けて子育て支援事業に着手した。

年3回開催しているハツキタマルシェ

取組の内容

高齢者・子育て世代のコミュニティを形成

住民からの「高齢者が気軽に集い、コミュニケーションを図れる場が欲しい」などの声を受け、①多世代交流の場づくり事業、②くらしの安心づくり事業、③地域の生きがいづくり事業の3事業から成る「ハツキタくらしの安心プロジェクト」事業を実施した。

事業①では、コミュニティ施設「にこぴあ」を整備、施設内には高齢者交流室や入浴室を設け、商店街としてデイサービス事業に参入を果たした。

コミュニティ施設「にこぴあ」

事業②では、住民の住まいや暮らしに関する相談に加え、地域医療機関や介護事業所などの情報提供サービスや空き店舗情報の収集などに関する相談も一括して商店街が受けられるようにした。また、暮らしに関するトラブル対応のため、「ハツキタくらしの安心窓口」を設置した。

事業③では、地域住民間の交流促進と食事・会合の場の提供を目的としたコミュニティカフェ&レストラン「ハツキタ茶屋ぎんなん通り」やレンタルスペースを「にこぴあ」内に設けた。

また子育て支援事業の一環として、子どもが安心して遊べるスペース、託児要員、子育てに関する書籍や情報検索端末などを設置し、子育て中の母親や妊娠中の母親が安心して使えるカフェを用意した。また、子育て講座などの子育て世代向けのイベントや情報発信を行った。

取組の成果

交流促進・地域の困りごと解決に貢献

「にこぴあ」では、デイサービス事業を通じて高齢者同士の交流が生まれている。また、「にこぴあ」を会場として子育て応援イベントや高齢者向けイベントも開催されており、地域住民の交流に一役買っている。

「ハツキタくらしの安心窓口」は、地域住民の生活における困りごとの解決に寄与している。年々相談件数は増加し、2014年には参画している20店舗で約1600万円の売上を達成し、商店街加盟店の売上にも貢献している。

「ハツキタ茶屋ぎんなん通り」は、コミュニティカフェに子育て支援機能を付加し積極的に情報発信をした結果、より一層地域の母親達が集い、お互いに情報交換し交流できる貴重な場となった。

このような取組はテレビなどでも取り上げられており、全国から注目を集めている。

「ハツキタくらしの安心窓口」パンフレット

実施体制

発寒北商店街には青年部などの組織が無いものの、小中学生の子どもをもつ役員・組合員が多く、各種イベント活動や安心窓口業者との連携など様々な部分に参画している。また、商店街が実施するイベントの中には、女性視点での企画・運営を取り入れたものもあり、地域住民と商店街とのパイプ役として参画してもらっている。

事業実施にあたっては国の補助などを活用し、初期投資の軽減に努めているほか、事業によっては手数料・使用料を徴収し、この収益を事業継続・新規事業展開の財源としている。

キーパーソンからのコメント

発寒北商店街振興組合
理事長　土屋　日出男

物販からサービスの提供へ

現在の商店街の役割は何か？“地域の役に立つようになること”これが商店街再生への道ではないかと考え、「40年後、さっぽろ一住みやすいまち」を目指そうと様々な事業を展開してきました。

大型店との価格競争に勝つことは、まず不可能ですが、地域に根ざした商店街だからこそ、この不得意な部分を補うに足るサービスの提供が可能です。そこで、商店街が住民の皆さんの困りごとを受ける「ハツキタくらしの安心窓口」を設け、商店街の信頼を得ることで、採算性重視の大型店との差別化を図ってきました。

商店街は地域コミュニティの担い手

町内会や学校などと連携しながら、地域コミュニティの担い手として商店街にできることを考えるうちに、増え続ける高齢者の要望に応えることが重要だと気付き、商店街として地域住民の皆さんに対してサービスの提供を行うことで、地域に対してできることがあることが分かりました。

地域のことは地域で解決することで、地域循環型商店街の確立を目指し、商店街活動を通して心豊かなまちをつくり出すことを目標に、今後も、地域とともに歩んでいきたいと考えております。

基本データ

所在地	北海道札幌市西区発寒
人口	約21万人（札幌市西区）
電話/FAX	011-663-8541
関連URL	http://hatsukita.jp
会員数	106名
店舗数	106店舗（買回り品小売店20、最寄品小売店5、飲食店16、サービス店61、その他4）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、高齢者、家族連れ

商店街概要

1856年創建の稲荷社（現在の発寒神社）のもと、飲食店を主として集まり形成された商店街である。高度成長期には近隣の工業団地発展に歩みを同じくして商店の集積が進み、1977年に発寒北商店街振興組合としてのスタートを切った。当商店街は札幌市の西部に位置し、JR函館本線「発寒中央駅」を起点として南北全長約1.5㎞に街区を形成している。商店街周辺は高齢化が進んでいたが、近年交通アクセスや利便性の良さからマンションやアパートの建設が進み、若い世代も増加し、高齢者や子ども、若い母親世代が交流する場として地域住民から親しまれている。

剣吉商店街
（剣吉商店会）

青森県南部町

！取組のポイント

剣吉駅を拠点とした地域振興を目的に、剣吉商店会独自の活性化策を行うだけではなく、外部団体と多様な連携を進めながら商店街を活性化。

取組の背景

商店会単独ではなく、外部団体と連携

急激な少子高齢化・人口減少による商圏人口の減少、後継者問題、大規模小売店との競合など、商店会は様々な問題に直面している。

こうした中で、商店街の活性化のためには、商店会単独だけではなく、外部団体との連携・交流が重要であると考え、剣吉地区町内会や、剣吉駅前ストリート活性化委員会、地元の県立名久井農業高校、剣吉小学校、南部町商工会などの様々な団体と連携をしながら、地域の商業機能や地域コミュニティ機能の中心となるべく、各種取組を行っている。

取組の内容

健康づくりの場などの商店街の付加価値を創出

外部団体との連携事業として、①南部町名川夏まつり、②剣吉商店街緑化事業、③元気あおもり健康づくり剣吉商店街プロジェクト事業、④剣吉駅前ストリートマスコットキャラクター「剣ちゃん」グッズの販売を行っている。

①の事業では、剣吉地区町内会と連携し、子どもゆかたコンテストや盆踊り、サマーえんぶり、夏なべの振舞い、世界一小さい打ち上げ花火を行っている。

剣吉商店街まつりの様子

②の事業では、名久井農業高校と連携し、高校で栽培した花のプランターを剣吉駅前通りと商店会加盟店に設置している。

③の事業では、剣吉駅前ストリート活性化委員会と連携し、「商店街での健康づくり」を切り口として、商店会の外部団体との交流・連携の促進と、地域住民の健康増進を図るイベント等として「元気あおもり健康づくり剣吉商店街プロジェクト事業」に取り組んでいる。具体的には、商店街内でのウォーキングイベント「けんよし健康ウォーキング」の開催や、商店街ウォーキングマップの作成、経営者のAED講習会、買物客用の軒先への休憩用椅子設置、商店会加盟店での血圧計・健康レシピの設置、剣吉商店街まつり（2015年6月開催）での健康づくりブースの出展など、街歩きや憩いの場、健康づくりの場としての商店街の付加価値の創出につながるような取組を行っている。

④の事業では、地元小学生から募集したキャラクターをもとに制作した剣吉駅前ストリートマスコットキャラクター「剣ちゃん」グッズの販売を行っており、多様な主体が剣吉商店街の付加価値創出に取り組んでいる。

マスコットキャラクター
「剣ちゃん」

取組の成果

地域住民の健康づくりの機運醸成

名久井農業高校の生徒と連携する「剣吉商店街緑化事業」は、商店街の環境整備、商店街の新陳代謝の促進のほか、生徒にとっても郷土とのふれあいの場、社会勉強の場となっている。

また、剣吉駅前ストリート活性化委員会と連携する「元気あおもり健康づくり剣吉商店街プロジェクト事業」では、血圧測定者47名、体脂肪測定者16名、健康ウォーキング30名、減塩ブース40名の参加などがあり、地域住民の健康づくりの機運醸成に一定の成果を生み出している。

今後は、さらなる来街者の増加や各店舗の売上増加を目指し、例えば地域住民を対象にしたアンケート調査を行うなど、消費者のニーズ分析を丁寧に実施し、ニーズに合った事業を行っていく予定である。

実施体制

今後も、当商店会が取り組む商店街活性化策には、剣吉地区町内会、名久井農業高校、剣吉駅前ストリート活性化委員会、NPO、南部町などの外部団体と継続的な連携が可能な体制となっている。

特に名久井農業高校や、剣吉駅前ストリート活性化委員会との連携を通じて、商店会での若者の参画・活躍が見込まれており、より多様な主体を巻き込んだ商店街活性化を予定している。

剣吉商店街まつりでの抽選会

キーパーソンからのコメント

剣吉商店会
副会長　出町　州央

地域団体との連携と協働

剣吉商店街には、青い森鉄道の剣吉駅を降りてすぐの場所に、約40店舗の商店があります。昔から、商業の盛んな地域でした。しかし、近年では人口の減少と高齢化、後継者問題、大規模小売店との競合などの問題に直面しております。こうした中、剣吉商店会では、単独ではできないことは地域の団体との連携と協働が必要と考え、地元の県立名久井農業高校や、剣吉駅前ストリート活性化委員会、剣吉地区4町内会、南部町商工会、役場などと連携しながらイベントを開催し、商店街、地域の活性化を目的に活動しています。

短命県返上を目指す

青森県では、短命県返上というスローガンを掲げています。剣吉商店会では、剣吉駅前ストリート活性化委員会と協働で地域の方達の健康づくりのため、健康ウォーキングや、各商店に設置した血圧計での測定、商店街で購入できる食材での健康料理のレシピの配布を行い、日頃からの健康に対しての意識の向上と、買い物するだけの場所ではなく憩いの場としての商店街づくりをしています。

また、名久井農業高校と連携し、高校生が栽培した花のプランターを商店街に設置し生徒や地域住民との交流を深めています。今後も、各団体との継続的な連携をとり、夏祭りや、クリスマスイルミネーションコンテストを行い、地域、商店街の活性化を一歩ずつ進めていこうと考えています。

基本データ

所在地	青森県三戸郡南部町大字剣吉字上平
人口	約2万人（三戸郡南部町）
電話/FAX	0178-75-0631/0178-75-1017
会員数	37名
店舗数	36店舗（買回り品小売店12、最寄品小売店13、飲食店3、サービス店2、その他6）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	主婦、高齢者、家族連れ

商店街概要

剣吉商店街は、青い森鉄道「剣吉駅」を玄関口として物資や文化を取り入れ、旧名川町（2006年1月1日合併で南部町となる）の経済の中核を担い発展してきた商店街である。

団体としての設立は、少子高齢化や、人口減少などの問題から、商業店舗の減少及び商店街の横のつながりの希薄さが目立ってきたことによる。

1998年10月9日に、「剣吉商店会」（任意団体）となり、「健康で元気のある商店街」を目指し、各種販売促進活動や、地域貢献活動を行っている。

横手駅前商店街
（横手駅前商店街振興組合）

秋田県横手市

！取組のポイント

駅前再開発にともない、商店街内部に事業委員会を設置、駅前商業施設などと商店街の連携を強化。

取組の背景
アンケート結果を鑑み、個店の認知度向上

「よこてイースト」（駅前再開発事業により整備された商業施設、公共公益施設、イベント広場などを有する複合施設）を中心に行ってきた通年イベントの効果を検証するため、消費者アンケートを実施。その結果、食のイベントの不足、欲しい商品がない、個店の商品やメニューがわからない等の意見があった。そこでイベント事業の見直しや商店街マップ作成事業を行い、課題であった街区内の個店やその商品・サービス内容についての認知度を高めることができた。また、ターゲットとしていたファミリー層の姿も多く見かけるようになった。

しかし、個店の売上の大幅アップなど、はっきり目に見える形での効果が上がったとは言えず、改善すべき点が残されていた。

取組の内容
「よこてイースト」と連携し、楽しめる空間づくり

横手駅前商店街では、「よこてイースト」の開業を契機に3カ年の活性化事業計画を策定し、2011年度に地域商店街活性化法の認定を受けた。以降、商店街内部に設置した「よこてイースト事業委員会」が中心となり、商店街と「よこてイースト」との連携や効率的活用について検討し、来街者にとっていつ来ても楽しめる空間づくりや、「よこてイーストまつり」、「納涼まつり」などのイベント事業を積極的に展開してきた。

その後、2014年3月に3カ年の事業が終了したことから、これまでの事業の成果・課題を踏まえて、当商店街活性化の第2フェーズとして2014年度以降の「地域連携活性化事業計画」を作成した。事業の実施にあたっては、企画段階から商店街の若手や女性を登用しながら、特に女性の感性や新しいアイデアを取り入れ、組織の若返りと強化、地域と連携した魅力ある商店街づくりを目指している。

「よこてイーストまつり」の様子

地元伝統行事を取り入れた「納涼まつり」

取組の成果
相乗効果で幅広い年齢層の来場者が増加

商店街が子ども向けから高齢者向けの各種イベントを実施したことで、市内外に「よこてイースト」の存在を認知させることができ、イベント来場者が増加した。また、イーストに併設されている公共公益施設も開業4年目で利用者が100万人を突破した。

公共公益施設内でのイベントの様子

さらに、イベントを通して地域の団体、個人とのつながりが生まれ、イベントへの参加協力体制が出来上がってきた。中にはイベントの運営自体を任せられるグループも出てきている。

商店街の通行量は、過去の調査結果を見ると、大型店や総合病院などが立地営業していた1992年の全盛期以降2009年まで減少し続けていたが、2011年以降は、イベント事業の実施効果などにより徐々に回復傾向にある。

また、周辺の空き店舗に若い創業者が複数開業したことは大きな成果である。

その他、これまでの商店街事業が非組合員にも評価され、組合員が増加するなど、組織強化の面でも着実に事業の効果が現れている。

実施体制

商店街役員、横手市、横手商工会議所、外部有識者で商店街活性化事業委員会を組織し、全体の事業の管理、評価、助言を行っている。2014年度からの実際の事業については、商店街専務理事をリーダーとする「わいわいワイド事業委員会」が企画、実施、調整などを行っている。また、若手・女性で構成する「きらめきプロジェクトチーム」を編成し、女性の感性や視点を取り入れた事業体制を構築し、イベント事業に関してはNPO、青年会議所、地域サークルとの連携体制が確立されている。

若手・女性による企画会議

キーパーソンからのコメント

横手駅前商店街振興組合
専務理事　黒丸　雄平

若手・女性の感性を活かして！

商店街区全体に継続的な賑わいを創出するために、地域の特産品や各個店の名物メニューを活用した飲食イベントや産直市を定期的に開催するだけでなく、これらのイベントを地域の伝統行事とあわせて開催するなどの工夫を凝らしてきました。

また、商店街が活動していくための組織を強化するため、若手・女性で構成するプロジェクトチームを発足し、マップ作成など若手・女性の柔らかい視点や発想を活かした企画で事業を実施することで、組織の若返りを図りました。

地域資源を組み合わせた継続的事業の確立

「よこてイースト」内の施設を使って自主的なイベント開催ができるように、イベント実施者を支援する「イベントコンシェルジュ」事業を強化しています。これは、当組合の賑わい創出事業だけではまかないきれない部分を、地域サークル・団体・個人などが、商店街区内で継続的にイベント等を開催していただくためです。これによって商店街に賑わいを継続的に創出したいと思っています。

また、地元伝統行事や地域資源などを取り込んだ事業を展開することで、商店街を市民の発表の場、交流・体験の場として位置づけていきたいと思います。

基本データ

所在地	秋田県横手市大町
人口	約9万人（横手市）
電話/FAX	0182-32-1170/0182-33-5642
関連URL	http://yokote-east.com
会員数	39名
店舗数	34店舗（買回り品小売店2、最寄品小売店6、飲食店9、サービス店15、その他2）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、学生・若者、高齢者

商店街概要

横手駅前商店街振興組合は、1973年に設立した。かつては横手市で最も活気ある商業エリアだったが、郊外型の大型店や専門店などの進出により、次第に勢いが衰えていった。その後、集客の核だった大型店の撤退と総合病院の移転にともない、通行量の減少、店舗の廃業がさらに進んだが、2011年に横手駅が改装され、橋上駅舎化されると同時に、病院跡地利用と横手駅東口の再生を盛り込んだ「横手駅東口再開発事業」を実施し、公共公益施設・イベント広場などを備えた「よこてイースト」が誕生したことで、活性化への新しいまちづくりが進められている。

高崎中部名店街
（商店街振興組合高崎中部名店街）

群馬県高崎市

！取組のポイント

来街者のニーズを的確に把握し、地域の様々な団体や学校との幅広い連携をすることで、年間を通じて数多くの記憶に残るイベントを開催。

取組の背景

回遊性の高いまちづくりを課題と設定

高崎駅周辺や街なかにマンションの建設が進み、居住人口の増加が見込まれていた中、高崎駅西口に2017年秋の開業を予定とする大型商業施設の建設が決まった。これまで商店街では、中心市街地に通行量を増やすべく様々な取組を行ってきたが、これをさらなる好機として捉え、大型商業施設に集まる1日3万人の客足をいかにして商店街にまで伸ばさせるか、その方策を探るべく、2013年に国の補助事業を活用し、商店街に対する消費者ニーズ調査を実施した。

その結果、魅力ある店舗、興味のある通りでは「人が散策する」ということが判明。そこで、居住人口の増加を見据え、子育てしやすい街、若いファミリーが住みたい街、散策したい街の実現を念頭に、回遊性の高いまちづくりを課題と設定した。

取組の内容

消費者ニーズに合わせたイベントを実施

こうした消費者ニーズに応えるため、歩行者天国となる街区の一部（さやもーる）にかぶと虫を放し、子どもたちが虫取りをする「かぶと虫出没注意」、新成人が晴れ着姿でレッドカーペットを歩くとともにプロカメラマンが記念撮影を行う「街なか成人式」、ギネス記録を達成したこともある「100mロールケーキ」など、年間を通じて親子で楽しめるイベントを開催している。

かぶと虫出没注意

街なか成人式

また、地元大学生が企画運営する「熱血！高校生販売甲子園」に協力。商店街や企業、行政がサポートし、第8回（2015年実施）は全国から参加校が集まるイベントにまで発展した。

さらに、毎週日曜日の「朝市」では生産者による新鮮野菜の販売に場所を提供。2009年8月から始めた「高崎昼市」は、現在も毎月第3日曜日に開催され、高崎近隣地区生産者や飲食店が農産物や加工品、オリジナルメニューを販売し、多くの人出で賑わっている。

その他、群馬県中小企業団体中央会の助成事業を活用し、スマートフォン用ホームページを作成。商店街イベント情報や組合員店舗のお知らせ、おすすめ品、道案内などを掲載し、情報の発信・提供を行っている。

取組の成果

イベント開催ごとに参加者が増加

2011年から始めた「かぶと虫出没注意」は、現在までに5回開催している。開催ごとに参加者が増え、3世代が集う賑やかなイベントに成長している。運営スタッフには商店街のほか地元大学生中心のNPOが加わり「地域交流の場」としての商店街の役割を地域住民に大きくPRすることができている。

また、「熱血！高校生販売甲子園」に参加した高校生は、その後、次は応援する側に回りたいと地元大学への進学を目指すなど、イベント参加を通じて地域活動に興味を持ち、地元との関わりを深める若者も増えている。

今後もイベントを核に、多世代交流を促進し、地域社会を支える「生活街」としての商店街の役割をPRし、地域住民から必要とされる商店街を再構築していく方針である。

熱血！高校生販売甲子園

実施体制

「かぶと虫出没注意」、「街なか成人式」の開催にあたっては、商店街青年部やNPOが事業運営全般にわたり、中核的な役割を果たしている。

また、「熱血！高校生販売甲子園」の開催には、高崎市をはじめ高崎商工会議所、青年会議所、地域活性化団体など幅広い団体から協力を得たことで、強固な連携関係が生まれ、継続的な実施に向けての体制が整っている。第4回からは主催を商店街から地元大学生で構成される実行委員会へ移したが、商店街は全面的な協力体制を整えている。

「高崎昼市」は、商店街と地元大学生が企画運営の中心となり開催している。

その他、スマートフォン用ホームページはスマートフォンからのメンテナンスが可能であるため、サイトの更新を各店舗で簡単に行えるようになっている。また、駐車券の取扱いや組合事務所内の会議室貸出しなどで自主財源の確保に努めている。

キーパーソンからのコメント

商店街振興組合
高崎中部名店街

左：理事長　西澤　彰
右：前理事長　友光　勇一

若者の意見を商店街に

当初はイベント開催時の人手不足を補うために学生との協力関係を築きましたが、若者の斬新なアイデアにより様々な企画が生まれました。

しかし、イベント数が増えるに従って、イベント成功のみを目指す学生達と本来の街の活性化を目的とする商店街との間に意見の相違が見えるようになりました。

イベント開催中のにぎわいに比べ、日常の来街者の少なさが目立つようになっている現状を変えるべく、学生と商店街のそれぞれの思いが商店街の活性化につながるよう、両者で話し合いを重ねています。

居心地の良い商店街へ

現在は地元大学との連携が多いのですが、今後は県内の他の大学及び高校へと範囲を広げ、若者が活躍できる場所として商店街の活用を進めていきたいと考えています。

さらに、子どもから高齢者まで誰もが安心して商店街を利用できるよう、警察や消防、企業との連携を強め、防犯・防災に力を入れることで、居心地の良い商店街にすることが目標です。

街で活躍した学生が卒業して県外へ就職しても、高崎を第2の故郷として、家族とともに気軽に足を運んでもらえたら嬉しいですね。

基本データ

所在地	群馬県高崎市鞘町
人口	約38万人（高崎市）
電話/FAX	027-322-4229
関連URL	http://www.takasakinow.com/tubu/index.php
会員数	74名
店舗数	74店舗（買回り品小売店25、最寄品小売店3、飲食店17、サービス店15、その他14）
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	家族連れ、主婦、会社員

商店街概要

高崎中部名店街は、環境整備などのまちづくりを進めるべく1958年4月に組合として設立。さやもーる、さくらばし通り、大手前の3つの街区から構成されるH型商店街である。さやもーるは、緑のあるカラー舗装の美しいショッピングモールとして市民から親しまれている。イベントも各種工夫を凝らしており、えびす講時に最高潮に達する。地元大学生が街区内にカフェをオープンさせるなど、商店街活動に積極的に参加している。また、行政とも連携を密にし、全国初の性風俗営業の建物を規制する都市計画「鞘町周辺地区計画」に指定されるなど、こだわりのまちづくりに取り組んでいる。

稲毛商店街
（稲毛商店街振興組合）

千葉県千葉市

！取組のポイント

地域の核になる！地域交流・地域防災の拠点「あかりサロン稲毛」を建設し、地域コミュニティの担い手としての地位を確立。

取組の背景

消防庫跡地へのニーズ

稲毛商店街は、2006年から、「一店逸品運動」や100を超える地域団体とつくる「稲毛あかり祭～夜灯（よとぼし）～」など、地域活性化活動に取り組んでいる。これらの活動を通して得た地域コミュニティとのつながりを将来に渡って持続していくため、消防団・自治会・商店街の三者により、消防庫跡地への「あかりサロン稲毛」の建設計画を立ち上げた。

建設にあたって地域住民の意向調査を実施した結果、消防庫跡地に期待する施設として、「散歩や買物の途中で休憩できる施設」34.2%、「地域活動に利用できる多目的スペース」29.7%、「自由に利用できるトイレ」26.1%や、「住民同士が自由に交流できるコミュニティカフェ」24.3%などの施設を求める意見が多く寄せられた。

稲毛あかり祭～夜灯～

取組の内容

地域住民・文化施設・商店を結ぶ地域交流施設を設置・運営

上記のニーズを踏まえて、2015年3月に地域交流施設「あかりサロン稲毛」をオープンした。

1階を地域のハンドメイド作家の作品を販売する小箱ショップとカフェ、2階をキッチン付きレンタルスペース、3階をダンス用レンタルスペース・地域交流スペースとして運営している。

また、千葉市認定防災井戸や消防車庫を併設。車庫シャッターには、千葉大学の学生によるシャッターペイントが施されている。

開館から一年、地域の映像プロデューサーによる「稲毛映画学校」といった生涯学習教室の開催や、自治会の会合など、地域の集いの場・憩いの場となっている。

同時に、消防・警察・市政・福祉などの行政各部署との連携を図り、施設壁面に設置した大型ビジョンによる行政情報の発信や各種啓発セミナーを実施している。

また、地域のハンドメイド作家同士の連携を促し、主体的にイベントを開催するなど、商店街を応援する新たなコミュニティづくりにも取り組んでいる。

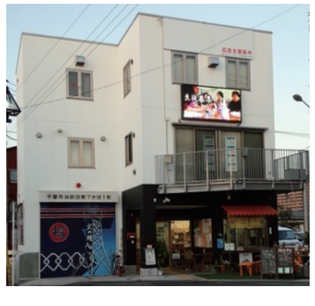
認知症サポーター養成講座

取組の成果

地域ネットワークの強化・商店街応援者の創造

これまで商店街活動に関わりのなかった店舗から、「あかりサロン稲毛ができたことで、商店街に関わる接点を持てた」という声が複数挙がっている。同様に、地域住民からも「商店街のイベントに参加したり、買い物をする機会が増えた」という声が少しずつ増えてきている。

あかりサロン稲毛



現段階では、即時的な効果が上がってはいないが、地域内のネットワークが強化され、商店街を利用するだけでなくイベントの手伝いを行うなど応援者が確実に増えていることで、潜在的顧客は増加しており、今後は街の回遊性をさらに高める取組に力を入れる予定である。

また、商店街では、2015年4月に「あかりサロン稲毛」の利用状況と住民の商店街活性化への取組についての意識調査を実施した。その結果では、「あかりサロン稲毛」の住民認知度は88%、利用者の満足度は94%、商店街活性化への取組に対する住民の満足度は38%であった。

今後は、この調査結果を踏まえて、既存の「一店逸品運動」と「まちゼミ」のさらなるレベルアップを図るとともに、地域住民のニーズに合った企画を実施し、商店街活性化への取組に対する満足度の向上に努めていく予定である。

実施体制

「あかりサロン稲毛」は、運営方法などについて検討する活性化委員会での意見をもとに、稲毛商店街直営の施設として運営している。

委員会は、商店街副理事長を委員長とし、住民代表や専門家、地域行政関係者を委員として招き、毎月1回開催している。2014年度は「あかりサロン稲毛」の建設、オーロラビジョンの設置及び防犯カメラの設置、商店街街路灯を活用した放送システムの設置など、稲毛商店街の活動に多大なる協力を得ている。

運営スタッフは現在3名（内パートスタッフ1名）であり、稲毛商店街の職員として雇用している。運営スタッフには、「あかりサロン稲毛」の施設運営・管理だけでなく、“地域ネットワークの強化を目的とする地域コーディネーター”の役割を持たせている。

キーパーソンからのコメント

稲毛商店街振興組合　専務理事
あかりサロン稲毛　館長
海宝　周一

一番大切なものはコミュニティ

2008年に神戸の長田町の商店街を訪れた際、震災で失った一番大切なものは地域のコミュニティだと教えていただいたことをきっかけに、私たちのコミュニティ防災施設の建設活動が始まりました。商店街が分野の違う消防団・自治会との連携を図り、合同の施設を建設する。そのためには行政の横の連携も図らなければなりません。私たちは自治会長や消防団長とともに足しげく通いました。7年かかりましたが、行政の温かい支援もあって、地域連携の象徴と拠点機能を有した「あかりサロン稲毛」を建設することができました。

アート・文化にゆかりのあるまちとして

昔、稲毛は関東一円の避暑地として文人墨客が愛したところでした。今でもその名残の文化施設が点在している、アート・文化にゆかりのあるまちです。

私たちが始めた夜灯では、地域の子どもたちに灯篭の作成をしてもらっています。また、地域交流施設「あかりサロン稲毛」では地域のハンドメイド作家の作品を紹介・販売する小箱ショップの運営を行っており、さらに、地域のサークルによる諸活動も実施されています。

今後は、こうした活動を進化・連携させながら、地域に根ざすアート文化を育て、地域と商店街をつなぐ新たなコミュニティを作り上げていきます。

基本データ

所在地	千葉県千葉市稲毛区稲毛
人口	約16万人（千葉市稲毛区）
電話/FAX	070-2173-2458 (043-243-9218/043-242-2031)
関連URL	http://akarisalooninage.wix.com/inage
会員数	37名
店舗数	65店舗（買回り品小売店14、最寄品小売店16、飲食店17、サービス店17、その他1）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	高齢者、主婦、家族連れ

商店街概要

戦前から海水浴・潮干狩りで賑わう東京近郊の避暑地として発展した地域であり、稲毛商店街振興組合は埋め立てによる商業構造の変革に対応すべく1963年6月1日に設立された。京成稲毛駅を中心にJR稲毛駅方面から国道14号線まで約600mの商店街を形成している。ここ数年で、近隣に700戸建てのマンションなどが多く建設され、市外・県外からの転入者は増加しているが、当街区の人口および当商店街への来街者は減少している。一方で、高齢者人口は増加し続けており、新旧どちらの地域住民にとっても魅力ある地域・商店街づくりが急務となっている。

モトスミ・ブレーメン通り商店街
（モトスミ・ブレーメン通り商店街振興組合）

神奈川県川崎市

！取組のポイント

好評であったポイント事業の現状に慢心することなく、地域課題の改善に向けた改良も加えた独自のサービスを提供することで、さらなる飛躍。

取組の背景

コミュニティ活性化が課題

これまで実施していたポイント事業は、消費者だけでなく商店街や各店舗の収益になる事業として好評を得ていた一方で、老朽化による機材トラブルの多発や専用端末が高額なため店舗数増加の対応が困難なことなど、課題が顕在化していた。また、モトスミ・ブレーメン通り商店街を含む中原区の70歳以上の人口は多く、2003年頃から、「高齢者の孤立の防止」や「コミュニティの活性化」といった地域住民の安心・安全に貢献する事業が求められていた。さらに、一つ隣の武蔵小杉駅では有数のターミナル駅としての再開発で高層マンションの建設ラッシュが起こり、それにともない相次いで大型の商業施設がオープン。商店街としては、一層地域に密着した取組を進めていく必要性があった。

取組の内容

ポイントを様々な形で消費者に還元

ポイント事業のリニューアル（ICブレカの導入）を行い、以前使用していた専用端末機を汎用機のタブレットへ変えた。100円で1ポイントを付与し、1ポイント1円から利用できるようになったため、消費者にとってはメリットがある。店舗は1ポイントを1.8円で購入し、回収すると10%上乗せして1.1円で精算する。その差分0.7円を運営費として商店街の各種事業が展開され、様々な形で消費者へ還元されている。

ポイントはクラウドサーバーで管理し、商店街側として市場にどれだけのポイントがあり、日々どの店舗がどれだけポイントを付与・回収したかが把握できるようになっている。ポイントの管理や精算ミスなどが起こらなくなり、運用面での大幅な改善が図られた。

また、高齢者の外出促進策として、商店街のコミュニティセンターへの来訪者に1日1ポイントの健康ポイントを付与しており（健康ポイントブレカステーション）、散歩の動機付けを行うとともにコミュニティセンターでの交流促進などを図っている。

ポイントカードと連動しているIC付きブレカストラップは家族で利用できるようになっており、買い物を通じて子ども達が商店主との会話やタブレットに搭載されている商店街のゲームを楽しむなど、コミュニティの輪に子ども達が自発的に加わることができる機会を提供している。

これらICブレカを導入したことにともなう交流などから商店街を一層身近に感じてもらい、武蔵小杉駅周辺の高層マンション群の住民らも商店街に足を運んでもらえるイベントを実施していくことで、地域コミュニティの核としての商店街の存在感を強めていけると考えている。

ポイント事業に係るタブレット端末と加盟店証

健康ポイントブレカステーション

取組の成果

1日60人を超える高齢者がコミュニティセンターに来訪

ICカードの発行は2万枚以上となり、多くの方に商店街が浸透していることがわかる。

また、高齢者へのコミュニティセンターでのポイント付与状況により、「高齢者の孤立の防止」や「コミュニティの活性化による安心・安全な地域づくり」の成果を測ることが可能となっている。現在は、1日60人を超える高齢者がコミュニティセンターを訪れており、さらに増加する傾向にある。

さらに、有料のIC付きブレカストラップは500個以上利用されており、商店街での買い物を身近なものにしたいと思われていることがうかがえる。汎用性の高いタブレットというインフラを整備したことで、煩雑な精算事務から解放されたことに加え、ICカードを利用した販売促進イベントを実施するなど、次世代での活用の方向性も見えている。

実施体制

事務局専任として常勤の職員とアルバイトを雇用しており、4人体制で運営している。ポイント事業はナショナルチェーンも登録しているほど、店舗や消費者に浸透しており、運用すれば運用するほど収益が上がる事業である。

また、駐車場の運営や商店街内CM放送などの会費外収入により、商店街として持続可能な事業運営が可能な体制となっている。

ポイント移行風景

キーパーソンからのコメント

モトスミ・ブレーメン通り
商店街振興組合
理事長　伊藤　博

従来のシステムを根本から変える

「ブレカポイント」のカード端末の老朽化にともない、後継機種について検討していたところ、秋田県鹿角市から、市販されているタブレットによるポイントシステムの情報を聞き、コスト面でも汎用性でも優れていると確信しました。

ただ、全国の商店街のポイントシステムが低迷している最大の要因は、端末の良し悪しではありません。

当商店街では、従来の商店街のポイントシステムを根本から変えて、ナショナルチェーンが参加するポイント事業を作り上げました。

タブレットの可能性に注目

このタブレットを使ったポイントシステムは、広域で展開することが容易です。事務局のない商店街の集まりや商店街以外の店舗の集合体などでもポイントカードシステムを実施することができます。

また、タブレットを使ったイベントや、アプリケーションの活用（商店街に来られる外国人に対してメニュー等を多言語表示するなど）、無料Wi-Fiなどの施策を展開することで、さらなる商店街の活力へとつなげていけると考えています。

基本データ

所在地	神奈川県川崎市中原区木月
人口	約25万人(川崎市中原区)
電話/FAX	044-422-3626
関連URL	http://www.bremen-st.com/index.html
会員数	181名
店舗数	160店舗(買回り品小売店25、最寄品小売店36、飲食店33、サービス店21、その他45)
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、家族連れ、高齢者

商店街概要

1947年住吉商興会として発足し1975年に元住吉西口商店街振興組合として法人化する。1990年、モトスミ・ブレーメン通り商店街振興組合に名称変更し、1991年、ドイツ・ブレーメン市のロイドパサージュと友好提携合意する。以降、物的交流・人的交流などを続けながら、ドイツの特徴を活かした取組を行っている。

商店街は、元住吉駅から全長約550m西に広がっている。元住吉駅は渋谷と横浜のほぼ中間に位置し、どちらに行くにも約20分という通勤・通学のアクセスが良い場所にある。

加茂市五番町商店街
（加茂市五番町商店街振興組合）

新潟県加茂市

！取組のポイント

アーケードに加茂の特産品を装飾し、加茂の伝統を伝えながら、
「食」に特化したイベントの開催や商店街づくりを実施し活性化を図る。

取組の背景

商業環境の悪化やイベントのマンネリ化を打開へ

加茂市五番町商店街の特徴として、食品を扱う店舗が多いことから、これまでは「食」の加茂市五番町をPRするために「ごっつぉ（ご馳走）まつり」や「納涼祭」といったイベント事業に取り組んできたが、五番町周辺の人口減少、高齢化による客単価の減少など、商業環境の悪化にともない、さらなる集客力を得ることが大きな課題となっている。また、イベント事業が定着する反面、イベントのマンネリ化や新鮮味が欠けるといった問題もある。さらには日常の集客率や個店の売上の低下なども課題に挙げられる。

こういった中、加茂市が「北越の小京都」と呼ばれていることを踏まえ、中心街の落ち着いた街並みを大切にしながら商店街として活性化する方法を探し、地元ならではの資源活用を検討してきた。

商店街内外からたくさんの美味しい食べ物が集まる五番町ごっつぉまつり

次に、商店街のアーケードの完成（2009年）をきっかけに、アーケード内に各店舗の逸品をPRするパネルや懐かしい昭和時代のお祭りの写真看板、まちの安心・安全のための防犯カメラ、お客様がゆっくり買い物できるように各店舗名やキャッチフレーズを方言で入れたベンチなども設置した。アーケードには季節感を表すもののほかに、地元特産品なども装飾した（2013年には伝統織物の「加茂縞」を利用した暖簾、2015年には伝統和紙の「加茂紙」を利用した看板など）。最近ではアーケードの支柱に昭和時代の商店街が一目でわかる「五番町おもいで写真」を添えた「安全PRプレート」も取り付けた。

また、加茂市五番町商店街の強みである若手・おかみさん会（女性部）の新しい発想や積極的な活躍が中心となり、地元の本量寺保育園や若宮中学校、加茂農林高校、新潟経営大学、加茂青年会議所など様々な団体と商店街が連携してイベントを実施することで、商店街を盛り上げている。2014年には各店舗のテント販売をはじめ、各学校の出し物やご当地ヒーローショー、魚のつかみどり後に炭火焼で食す体験、もちつき大会などのイベントを企画・開催した。

「昭和時代の地元」の懐かしい写真を添えた安全PRプレート

取組の内容

ハード面・ソフト面それぞれに新たな取組を実施

まず、2006年に、加茂市は商店街の空き店舗を「地域交流センター」に改装した。センター内には地元スーパーや多目的ホール、浴場などのコミュニティ施設が設置された。

取組の成果

コミュニティ施設の設置及び充実したイベントにより、人通りが増加

加茂市が運営・管理する「地域交流センター」は、近隣商店街の集客の要となり、日常の人通りが増加した。

商店街内の環境改善に取り組んだインフラ整備は、地域のお客様から好評を得ている。今後はベンチの増設をはじめ、アーケードの装飾や写真看板、安全プレートなどの工夫も検討している。

また、商店街が様々な団体と連携したことで、イベントの内容が充実、新規性が向上し、来街者の増加にもつながった。地元のお客様からも次のイベントに大きな期待をされているため、新たなイベントを継続して企画していく予定。さらに、「食」に特化した商店街づくりを今後も継続していく上で、商店街独自の名物食品・土産品などの商品開発も計画していく予定である。

実施体制

各組合員がそれぞれ総務・事業・まちづくり・アーケード委員会に配属されている中で、若手・おかみさん会（女性部）が率先して組合活動に取り組む体制が確立されている。

加茂市は「地域交流センター」の運営・管理をはじめ、既存の郊外型大型店と商店街の状況を考慮し、近隣の郊外において500m^{2}以上の大型SCの新たな出店を規制する条例を定め、商店街を支援している。

さらに、商店街が地元の保育園から大学、加茂青年会議所など様々な団体と積極的に関わり、アイデア溢れる取組を展開していくことで、今後も安定的な集客・売上を見込み、商店街の活性化につなげていく。

七輪を囲んで地元精肉店の美味しい焼肉を楽しむ納涼祭

キーパーソンからのコメント

加茂市五番町商店街振興組合
理事長　川崎　晃

他団体との連携でイベントが進化

私たちの商店街は「食」をテーマに長年イベントを実施してきましたが、マンネリ化が問題となっていました。そこで商店街の枠を超え、地元の保育園児から学生、他団体などに声をかけ、現在では他団体の皆様から多くのご協力を頂きながら、おかげさまで中身の濃い、充実したイベントを開催しております。地元のお客様にも大変好評で、次回に対する大きな期待も頂戴しています。今後も他団体の皆様のご協力に感謝しながら、商店街としてできることを存分に行っていき、商店街を盛り上げていきたいと考えています。

「食」の五番町としてさらなる活性化

「食」に特化したイベントを実施してきましたが、商店街の中には食品を扱わないお店もあります。そのお店と「食」をどうつなげるかが今後の課題でもあります。また、地元はもちろん、自然的・歴史的景観に恵まれた加茂市に観光で来てくださるお客様に注目されるような五番町商店街の名物食品やお土産品などの商品開発をしていきたいと考えています。その商品を商店街活性化の起爆剤として、日常の各店舗の売上アップにつなげていくことが目標です。その上で、お客様に喜ばれるような五番町を目指していきます。

基本データ

所在地	新潟県加茂市五番町
人口	約3万人（加茂市）
電話/FAX	0256-53-2057
会員数	30名
店舗数	20店舗（買回り品小売店7、最寄品小売店7、飲食店1、サービス店3、その他2）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、高齢者、家族連れ

商店街概要

加茂市は新潟県のほぼ中心に位置し、古くから「北越の小京都」といわれている市である。加茂市五番町商店街は加茂駅から約1㎞の場所に位置しており、鮮魚店、食肉店、惣菜店など、食品を扱う店舗が多いことから、「食」をテーマにしたまちづくりを進めている。2005年度からの商店街の大通りの拡幅事業に合わせ、アーケードを建設した（2009年に完成）。2006年には加茂市が空き店舗を再生させて、浴場付のコミュニティセンターや多目的ホールを併設した「地域交流センター」を設置、近隣商店街の核店舗として集客の要になっている。

富士吉田市商店街
（富士吉田市商業連合会）

山梨県富士吉田市

！取組のポイント

「社会貢献」「個店の魅力発信」をテーマにした持続的事業と、
時節に合ったタイムリーな事業を実施し、商店街の賑わいに貢献。

取組の背景

商店街における厳しい経営環境に直面

富士吉田商工会議所などで2013年度に実施した商圏実態調査によれば、地元購買率は73.6%と県内でも1位となっているが、大型店の利用割合が79.8%に対し一般小売店の利用割合は12.7%となっており、2001年度に行った調査（大型店の利用割合65%、一般小売店の利用割合22.8%）と比較すると、商店街における厳しい経営環境がうかがえる。

特に単会商店街においては、商店街地域の居住人口の減少による買い物客の減少に加え、後継者不足による経営者の高齢化、商店の住宅化など中心市街地の空洞化の影響が競争力の低下や魅力の低下を招いており、地域における新規開業者はあるものの廃業のペースに追いつかず、10年前と比較し店舗数は80.2%にまで減少。過去様々なイベントを行ってきたが、店主の高齢化と商店数の減少により独自イベントを実施することができない状況となっている。

こうした中、富士吉田市商業連合会では、9商店街の会長を中心とした常任理事会により各商店街の現状を踏まえ、事業を実施してきた。2003年度から若手経営者や後継者を中心とした事業研究部会を立ち上げ、地域の高校との懇談会を行うなど、若者の意見を取り入れ、さらに加盟店に対する事業のアンケート調査を実施し、各個店における事業の効果や今後の対応策についての調査分析により、現状・課題の抽出を行った。その結果、広域的かつ持続的事業の柱であり、設立以来継続してきた中元大売出しや歳末大売出しについては、2007年に廃止するなどの見直しを図ってきた。

取組の内容

持続的な事業と時節に合った事業を同時に展開

新たな持続的事業として、「社会貢献」「個店の魅力発信」をテーマに事業展開している。また、時節に合ったタイムリーな事業を実施することにより、効果的な事業展開を図っている。

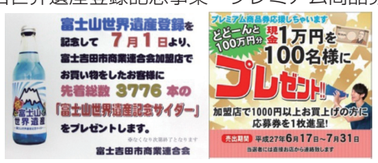
具体的には、社会貢献事業「ぷちボラ」プロジェクト事業（2009年から実施）にて、事業実施店舗で買い物をすることで「ぷちボラシール」を発行。顧客にとっては、買い物により地域の子どもたちのための「ぷちボランティア」を行えるとともに、シール30枚を台紙に貼って加盟店舗に持ち込めば300円券として使用できるというメリットがある。売上の中から富士吉田の子どもたちのために役立つ寄付や寄贈を行うことにより、社会貢献と店舗の売上向上に寄与することを目的としている。

また、個店の魅力発信事業「得する街のゼミナール」事業（2013年から実施）では、商店街の各店舗の店主などが講師となりプロならではの専門的な知識やコツなどをミニ講座形式で顧客に伝えることにより、店舗の存在や特徴を知ってもらい、商店街ならびに各商店のファンづくりを推進することを目的としている。

得する街のゼミナール開催の様子

時節に対応した広域的事業の展開としては、2009～2011年にかけて商店街独自のプレミアム商品券を発行したり、2013年6月の富士山世界遺産登録記念として富士山の1合目からの登山客や商店街でお買い物をされた顧客に記念サイダーを無料で配布したりしている。また、2015年度に全国市町村によるプレミアム商品券の販売が行われた際には、大型店でも使用できるものであったことから、商店街への利用を促進するため、特典セールを実施した。

富士山世界遺産登録記念事業・プレミアム商品券事業



取組の成果

商店街の持続的な賑わいに貢献

継続的イベントや時節に合わせたイベント、単会単位の商店街ではできない広域的な事業の展開は、商店街の持続的な賑わいに貢献している。

「ぷちボラ」プロジェクト事業では、2009年度に市内小学校教育寄付金として教育委員会に21万円を寄付したほか、2010年度には当時まだ定期接種として導入されていなかった乳幼児に対するヒブワクチン接種への助成を行い、2011年度からは学校の先生からの要望により市内小学校2年生全員に学校の教材として使用する定規セットを寄贈している。

ぷちボラカードと寄贈した定規セット

実施体制

当連合会は、会長1名、副会長3名、監事2名、常任理事9名、事業研究部会の構成で組織され、月1回の常任理事会にて各事業の詳細を計画的に決定・実施している。なお、事業計画の段階で、商店街の若手経営者や後継者で組織される事業研究部会での内容検討を行っている。

また、地域の商業者の代表団体として富士吉田市や富士吉田商工会議所と連携し事業の運営における事務協力を得ている。

財源については、自主財源として加盟店からの会費のほか、地域に出店している大型店や金融機関からの賛助協力金、富士吉田市や富士吉田商工会議所からの助成金により運営している。

キーパーソンからのコメント

富士吉田市商業連合会
会長　吉沢　秀雄

持続的な事業実施のために

前会長が従来の商店会長による常任理事会とは別に、若手経営者及び後継者を各商店会から選出させ、事業研究部会を立ち上げました。

従来のイベントには華やかさはありましたが、一時的な集客に終わり、なかなか顧客獲得に結びつかなかったため、若者の意見を取り入れながら、持続的な事業の実施を検討し、華やかさを演出する時節に合ったイベントと、個店にもメリットが出るような継続的な事業とを実施することに力を入れました。

若手経営者の意見を取り入れる

近年、市内はもとより県外からも、20代から30代の若手による新規出店者が複数商店会に出店してきました。

高齢化が進む中にあって、若い力が商店会に加わることは大きな励みになります。

今後は、こうした若手経営者の意見をさらに取り入れ、行政や商工会議所と連携をとりながら、若者が商店街に集うようなイベントの展開を検討するとともに、富士山世界遺産登録以降増加している外国人観光客への取組や、買い物弱者対策についても視野に入れて活動していきたいと思います。

基本データ

所在地	山梨県富士吉田市下吉田
人口	約5万人（富士吉田市）
電話/FAX	0555-24-7111/0555-22-6851
関連URL	http://machi-zemi.jimdo.com
会員数	81名
店舗数	81店舗（買回り品小売店30、最寄品小売店29、飲食店13、サービス店9）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、高齢者、会社員

商店街概要

富士吉田市は富士山の北麓に位置し、海抜750mの市街地を形成する高原都市である。古くから、富士山信仰の町として栄え、御師文化の面影が今も残されている。また、明治以降、織物が近代産業として脚光を浴びて以来、政治・経済・文化の面で富士北麓の中核都市としての役割を果たしてきた。2013年6月の富士山の世界遺産登録後は、外国人観光客も増加している。

富士吉田市商業連合会は、1952年5月1日に9商店街の連合組織として設立された、富士吉田地域内の商業者を代表する任意の商業者団体である。

伊那まちの再生やるじゃん会

長野県伊那市

！取組のポイント

にぎわい創出イベントや個店の魅力アップ事業、伊那らしいライフスタイルの提案など、様々なアプローチを行い地域の要請に応えられる地域に密着した商店街づくりを推進。

取組の背景

にぎわいが失われていく中、再生プランを策定

伊那市の中心商店街（山寺・坂下・荒井・西町）は、街の機能の分散や交通環境の変化、長引く消費の低迷にともない、かつてのにぎわいが失われつつあり空き店舗率も高くなっている。

こうした中、2010年度に伊那市中心市街地再生協議会を設立。商店主・伊那商工会議所などの関係団体・有識者による検討を重ね、現状と課題を分析し、商店街が今後目指すべき姿と重点方針を打ち出した再生プランを策定した。高齢化・人口減少が進む中、地域と連携して商店街が生活のよりどころとなり、安心して楽しく生活できる場所となることが求められている。

「住みたくなるまち」「訪れたくなるまち」を目指し、中心商店街が地域コミュニティの中核として人が気軽に集い、憩える場になるよう継続的に取り組むことを課題として位置づけた。

取組の内容

商店街・個店の魅力アップに挑戦

個店の魅力アップ・おもてなしサービスの充実を図り、にぎわいを創出するイベントを開催することにより、来街者と売上の増加及びコミュニティ機能の向上を図り、地域が抱える課題の解決に向けて、以下のとおり多岐にわたる事業に取り組んでいる。

①商店街全体にバラの鉢植えを植栽し、里山の間伐材を活用した木のキット「KEES（キーズ）」を鉢カバーとして設置し、街なかを明るく華やかに演出する「バラ咲く街角事業」は、来街者の増加と新たなコミュニケーションを生んでいる。

②商店街のスペースを、地域のコミュニティ活動、音楽やダンスなどの発表の場として提供している。

③買い物弱者支援サービスとして、商店主たちが自店の商品を車に積み、郊外へ出かけ直接販売する出張販売「こんにちは伊那まち」を実施している。

④商店街全体で取り組むにぎわい創出イベントとして、市内園児が疾走する「ちびっこ駅伝大会」や、「歩行者天国」、「ハロウィン」、上伊那の酒蔵が一堂に会し酒を楽しむ「伊那街道呑みあるき」、地元の有機野菜を使った朝食を提供する「いなまち朝マルシェ」などを開催している。

⑤空き店舗を活用して、街なかの情報発信・交流拠点施設「タウンステーション伊那まち」を設置・運営している。

⑥商店主などによる「儲けるための勉強会」を毎月1回開催。メンバーの披歴や意見交換が参加者の気づきの機会となり、商店街の価値観の共有と、個店の魅力づくりに取り組んでいる。

バラ咲く街角

ちびっこ駅伝大会

出張販売「こんにちは伊那まち」

朝マルシェ＆音楽イベント

取組の成果

「伊那まち」の価値観の醸成と共有

2014年度からは、新たなグループが中心となり、地元の有機野菜農家や飲食店が協力して朝食を提供する「いなまち朝マルシェ」を、5月～10月の第4日曜日に開催。伊那らしいライフスタイルを提案する事業として、回を重ねるごとに価値観に共感する人も増えている。

次世代を担う子どもたちに商店街を知ってもらおうと始めた「ちびっこ駅伝大会」には、約500人の園児が参加。保護者などを含めると1000人超が商店街を訪れる。また、上伊那地域にある13の酒蔵が商店街に集結する春と秋の「伊那街道呑みあるき」は、大人が楽しめるイベントとして定着。毎回500名を超える人が市内外から参加、女性の参加者も徐々に増えている。

買い物弱者支援の出張販売は、高齢者にとってなじみの深い地元の商店街の事業として、周辺地域からも期待されている。

また、商店主などによる勉強会からの産物として、フリーペーパー「伊那まちの物語」を発行。商店街と個店の魅力を広く情報発信している。

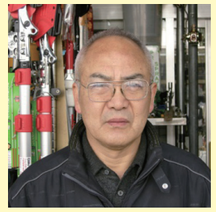
これらの多様な事業が、新たな人と人との交流と商店街の再認識につながっており、今後もお客様に喜ばれ選ばれる店づくりに向けた取組を継続的に行っていく方針である。

実施体制

伊那まちの再生やるじゃん会は、商店主のほか地域住民なども事業に参画している。事業ごとに専門委員会を構成し、メンバーが主体的に企画・実施している。また、地元の小学校の総合学習の一環として取り入れられたり、信州大学や地元高校などが参画している事業もある。事業実施にあたっては、地域はもとより伊那市・伊那商工会議所などの関係団体との連携も密にとっている。基本的に事業ごとに採算がとれるように実施しているが、事業の内容によっては、自主財源のほか県などからの補助も有効に活用している。

キーパーソンからのコメント

伊那まちの再生やるじゃん会
会長　内山　和夫



地域住民と歩む商店街へ

中心市街地の活性化に向け、商店街が連帯感を持ち地域住民と価値観を共有しながらまちづくりを進めることが必要であるという観点から、商店街のコミュニティの場としての活用、個店の魅力づくりに長期的なスタンスで取り組んでいます。

伊那まちの個性を活かし、地域住民に密着した商店街として、人と人との交流があり、にぎわいと活力が感じられるまち、訪れたくなるまちを目指して、多方向からアプローチしながら事業に取り組んでいます。

“伊那まち”の魅力を発信

商店街について、高齢化、後継者不足、空き店舗増加と大変厳しい状況が続く中で、時代や嗜好の変化に対応するべく知恵を出し合い、「こだわり」「人と人とのつながり」を大切にするまちとして、これからも“伊那まち”の魅力を発信していきます。

メンバーが伊那まちの価値観を共有し、それに共感していただける人を増やし、個性豊かで確かな技術と知識をもつ専門店が集まる商店街づくりに向けて、地道に、そして継続的に取り組み、商店街のさらなるファンづくりを今後も目指していきます。

基本データ

所在地	長野県伊那市荒井
人口	約7万人（伊那市）
電話/FAX	0265-72-2401/0265-72-8808
関連URL	https://ja-jp.facebook.com/townstation
会員数	46名
店舗数	約240店舗（買回り品小売店89、最寄品小売店15、飲食店87、サービス店33、その他16）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、高齢者、家族連れ

商店街概要

伊那市の中心商店街（山寺・坂下・荒井・西町）は、かつては地域住民の生活交流の場であり、にぎわいの場であった。しかし、大規模店舗の出店や、交通環境の変化、さらには商店主の高齢化・後継者不足などによる空き店舗の増加など、厳しい状況が続いている。このような状況から、当街区では2010年より伊那市中心市街地再生支援事業に取り組んでいる。「豊かで安心な生活のよりどころ、活力と賑わいのあるまち～「花」と「音楽」の街～」を目指して、2011年度に再生プランの実行組織として、伊那まちの再生やるじゃん会を設立し様々な事業を主体的に実施している。

ゆりの木通り商店街

静岡県浜松市

！取組のポイント

若者やクリエイターなど、普段はなかなか商店街との関わりがない人達が集まって企画や戦略を立案、効果的な事業展開に貢献。

取組の背景

空き店舗の増加をチャンスに

ゆりの木通り商店街では、2006年当時、67店舗中メンズセレクトショップが22店舗ある反面、飲食店は3店舗のみという構成ながら、それなりの賑わいを見せていた。2009年頃から中心市街地の空洞化が進み、空き店舗が17ヶ所にまで増加したが、一方で、大型店では扱わないようなこだわりを持つ品物を扱う物販店は残った。

空き店舗があることを逆手にとって、アーティストや建築家をはじめ、NPO団体や大学関係者・学生に場を提供していくうちに、外部の人たちと商店街の若手商店主が話し合い、イベントを実施していくようになった。こうした動きが顕在化する背景として、商店街に彼らの活動を受け入れる空気があったことが大きく寄与している。

空き店舗をギャラリーにしたカギヤハウス

取組の内容

ゆりの木通りらしさを持つ店の誘致

多様な人材が関与することに対する下地ができていたゆりの木通り商店街では、2013年、空き店舗をなくすため、商店主をはじめとして不動産業者や銀行、商店街活動に関わる若者など、多様な人材が集まり、こだわりの商品を扱う店が健在という現状を活かして、物販店の誘致をする方針のもと活動を始めた。

不動産業者や金融機関、商店主が「誘致するのは物販店」という共通認識を持ち、物販での創業希望者に対して各事業者が持つ情報を提供・紹介することで、空き店舗に物販店を誘致する体制を構築している。

例えば、商店街の女性陣が取り仕切る手作り品を商店街の歩道で販売する「ゆりの木通り手作り品バザール」では、商店街内店舗と手作り品を販売する参加店舗、来街者との交流を通じて、専門店の持つ“やや敷居の高い”特性を維持しつつ、店主の個性を認知してもらう機会としている。さらに、専門学校などの学生ボランティアが当日の運営業務を担うなど、商店街の枠に収まらない活動にもつながっている。

このように多様な人材が集まる背景には、商店街のセミナールーム兼交流スペースである「黒板とキッチン」の存在が挙げられる。普段は誰でも自由に使うことができるこの空間には、クリエイターやまちづくりに関わる若者が多数訪れ、新しいアイデアや人を結びつける場となり、様々な企画やイベントが生まれている。

ゆりの木通り手作り品バザールの様子

取組の成果

物販店などの誘致に成功

商店街では、2013年から2015年までの3年間に33軒の新規出店があった。その内4軒は、浜松市の補助を活用した。

出店を誘致するだけではなく、出店後のフォローとして、商店主の横のつながりを作るための「ネイバーズデイ」（顔合わせ・情報交換を目的とした朝食会）を行い、さらにそこから商店街活動への積極的な関わりを持ってもらうなど、安易な撤退にはつながらないようにするための様々な事業を実施している。

浜松市が継続的に実施している中心市街地の歩行者通行量調査では、ゆりの木通り沿いの歩行者は、現在、20年ほど前と比べ25%増、危機に直面しつつあった2005年や2009年比でほぼ2倍に増加している。歩行者通行量は指標のひとつに過ぎないとはいえ、ゆりの木通りの南北の歩行者通行量は半減しており、メインストリートの鍛冶町通りをはじめ、主要商店街では軒並み（2004年比で）半減している中、独自の動きとなっている。

また、活動を担うクリエイティブな人材を受け入れてきたことで、さらに多くのプロジェクト主体の参入が起こってきた。例えば、「パーククライム」「ナイトブティック」「海外からの訪問客向けガイドツアー」「スケートボードイベント」「似顔絵看板プロジェクト」など、商店街とは今まで無縁だった人たちが、ゆりの木通りを活動の「場」として、事業を起こし、誘客につなげてくれている。

実施体制

3つの商店会の連合体であるゆりの木通り商店街では、「手作り品バザール」などのイベントに関しては、実行委員会を組織して実施している。学生ボランティアの導入についても、実行委員会として行った。立ち上げ当初は浜松市の補助を利用したが、その後は商店街独自事業として自主運営をするまでに成長している。

また、一部のイベントでは、一つの商店街の事業を他の商店街が支援する場合もある。

空き店舗対策は、連合体であるゆりの木通り商店街にて実施したが、改めて実行委員会を作ることはせず、むしろ業種を越えた様々な人材の援助を得て、若者・よそもの視点を取り入れて取り組んでいる。

キーパーソンからのコメント

田町東部繁栄会
（ゆりの木通り商店街）
会長　鈴木　基生

多様性を受け入れる空気があるまち

少しずつではありますが、商店街が成果を挙げることができているのは、ゆりの木通りの人々が多様性を寛容に受け入れ続けてきたことによるものです。

また、ネイバーズデイ（顔合わせ・情報交換を目的とした朝食会）を開催し、新規出店者のみならず、既存店舗同士の交流の機会を作ることにより、業種の垣根を超えて互いを良く知り、助け合う土壌づくりをしています。

新たな取組に向けて

ゆりの木通り商店街には、専門性とオリジナリティを持つお店や人が集まっていますが、その魅力がお客様にはまだ十分に伝わっていません。

今後は、単なる商品の販売を越えた、商店街とお客様との関係を、これまで以上に築き、もっと多くの人にこんなに面白い商店街があるということを知ってもらいたいと思います。

そして、来街者が楽しく歩けるまち、また、ここを舞台に何か面白いことができると思えるようなまちになるように、活動を進めていきたいと思います。

基本データ

所在地	静岡県浜松市中区田町、神明町
人口	約24万人（浜松市中区）
電話/FAX	090-1092-0634/053-452-3845（田町東部繁栄会）
関連URL	http://yurinoki-st.com
会員数	92名
店舗数	86店舗（買回り品小売店47、最寄品小売店3、飲食店20、サービス店7、その他9）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	学生・若者、会社員、高齢者

商店街概要

ゆりの木通り商店街は、事業協同組合浜松ショッピングセンター、田町東部繁栄会、神明町繁栄会の3つの商店街から構成された全長約500mの商店街である。中心市街地の北に位置し、JR浜松駅から徒歩約10分であるものの、当商店街の調査（サンプル数515、実施2016年1月）では、市民の57%はまちなかと認識していない現状がある。東海道筋であることから、江戸・明治創業の店舗が十数店舗存在する一方で、近年はメンズセレクトショップなどの店舗も多数出店し、伝統と新しさが共存している。また、付近には、専門学校や予備校、高層マンションが増加しており、新たな市場開拓や需要の創出が見込まれる。

沼津あげつち商店街
（沼津あげつち商店街振興組合）

静岡県沼津市

！取組のポイント

一級河川の狩野川の河川空間の民間活用を実践、賑わいと憩いの場を創出し、中心市街地の活性化や子ども達への伝統文化の継承に貢献。

取組の背景

若手や女性を巻き込み商店街に新しい風

地方の商店街と同様、沼津あげつち商店街も郊外への大規模小売店舗の出店が進んだことによる「商圏人口の減少」、経営者の高齢化にともなう「話題性のある店舗の減少」、「業種が少ない」といった課題を抱えていた。

これらの課題に対し、商店街は、若手や女性との積極的な連携による商店街の新陳代謝の促進や、若者が集うカフェやスイーツ店などの専門店の活用促進、一級河川の狩野川という地域資源を活用した市民参加型のコミュニティ形成を誘客の方針として定めた。

取組の内容

狩野川を中心にして広がる活動の場

商店街が抱える課題に対する対応策の一つ目は、若手や女性との積極的な連携である。女性が中心となり立ち上げたあげつちおかみさん会では、毎月15日に「あげつち稲荷市」を開催。組合員店舗だけでなく近隣市町からも70店舗ほどのお店が出店しており、新規物産の発表の場としても活用されている。さらに、若手を中心に開催している「あげつちナイトマーケット」や「狩野川ローカルマーケット」では、狩野川流域の生産者や販売店から30店舗ほどが出店し、水辺で憩う空間を創出している。

あげつち稲荷市

あげつちナイトマーケット

対応策の二つ目は、専門店の活用促進である。1966年に発足した歴史ある商店街であるが、近年では商店街エリアに地域住民のニーズに応える専門店が数多く出店し、若者が集うカフェやスイーツ店、狩野川でカヤック体験やBBQができる専門店などが存在する。

対応策の三つ目は、地域資源を活用したコミュニティ形成である。狩野川を運航する「我入道の渡し船」に乗り、上土朝日稲荷神社で結婚式を挙げる「きつねの嫁入り行列」では、参列者が顔に狐の化粧を施し新郎新婦をお祝いするが、大人や子ども、そして外国人も地域の伝統文化を体験し、新たなコミュニティの形成を担っている。

きつねの嫁入り行列

取組の成果

若者に新規出店を促し、空き店舗率を低下

沼津市の中心市街地に位置する12商店街の空き店舗の状況について、2016年2月現在、全体の平均が11.5%であるのに対し、沼津あげつち商店街の空き店舗の割合は7.1%と低い水準を保っている。

これは、経営者の高齢化にともなう後継者不足が心配される中、商店街の活力を向上させるため、若者の出店や業種に縛られない空き店舗の活用など商店街として新規出店を積極的に受け入れているためである。

また、狩野川の水辺空間（通称 かのがわ風のテラス）の利用を始めて、地域密着型のイベントとして「水辺のステージ」の利用が増加し、商店街に加盟するホテルなどが、オープンカフェやBBQといった事業を展開することで、回遊性が向上している。この結果、2014年度の休日一日の歩行者通行量は1706人であったが、2015年度は2341人にまで増加している。

実施体制

狩野川の水辺空間の利用にあたり、「沼津上土町周辺狩野川河川空間利用調整協議会」を組織し、沼津あげつち商店街と沼津市、国土交通省沼津河川国道事務所、沼津商工会議所、NPO法人沼津観光協会、沼津市商店街連盟がメンバーとなり連携体制を築いている。

また、各種イベントの実施にあたっては、商店街と若手や女性の有志グループとが連携し、企画運営や開催費用の確保に努めているほか、狩野川流域の生産者や販売店とも、賑わいや憩いの場とするコンセプトのもと協力し合い、継続した開催ができるよう自主財源の確保に努めている。

キーパーソンからのコメント

沼津あげつち商店街
八百屋「REFS（レフズ）」
店主　小松　浩二

地域の魅力を“伝える”ために

各店舗の魅力を“伝える”ことに特に力を入れて取り組んできました。魅力的な点と点が面白い線になればと、イベントを通じ、また“沼津ジャーナル”という地域メディアを活用し、地域に関わる、人、自然、食、そしてライフスタイルを取材して、web、SNS、映像を使い情報発信しました。

さらに、狩野川という地域資源が近くにあることを活かし、川の近くにある商店街としての強みを出すために、狩野川流域の生産者と協働したマーケットを開催しました。

さらなる発展のためには、もっと広い結びつきが必要

今後は、ナイトマーケットをはじめ、継続中の事業をいかに維持かつ発展させていくかが課題です。

そのためには、事業にストーリー性を持たせ、まちと豊かな自然資源を舞台に、そこに暮らす人々と様々なコンテンツをつなぎ合わせることで、この活動に携わる人をもっと増やし、この事業のすそ野を広げていくことが必要になってきます。コンテンツの編集や情報発信をいかに時代に合わせていくかが重要になりそうです。

基本データ

所在地	静岡県沼津市上土町
人口	約20万人（沼津市）
電話/FAX	055-962-3812
関連URL	http://www.roy.hi-ho.ne.jp/i846/agetsuchi-s
会員数	25名
店舗数	30店舗（買回り品小売店9、最寄品小売店8、飲食店7、サービス店3、その他3）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、家族連れ、学生・若者

商店街概要

沼津あげつち商店街は、旧東海道沿いに位置し、江戸時代から商業が集積して現在に至る地域である。1966年に商店街振興組合が発足し、1994年にはアーケードを新築、1997年には沼津市で初めての市街地再開発事業が施行された。

立地条件としては、JR沼津駅から南へ約500mに位置し、年間156万人の観光客が訪れる沼津港と中心市街地との中間点である。全長約150m間に質の高い専門店が多くあり、近年は若い店主が経営する新しい感覚の店舗が数多く出店し、まちの質感の向上に貢献している。

宇奈月温泉商店街
（宇奈月温泉自治振興会）

富山県黒部市

！取組のポイント

「世界有数の山岳温泉エコリゾート」というコンセプトを打ち出し、様々な取組を実施、宿泊者数の増加に成功。

取組の背景

トロッコ電車の利用者数が横ばい

近年の宇奈月温泉商店街の宿泊客の50%前後は黒部峡谷鉄道のトロッコ電車の乗車を目的とした旅行客であり、トロッコ電車が運転されていない12月から4月までの約5か月間は宿泊客数が激減する。

また、2014年までのトロッコ電車の利用者数は過去数年間大きな変化はなく、宇奈月温泉商店街の宿泊客数の増加も期待できないと想定されていた。

さらに、旅行スタイルが団体客から個人客へシフトする中、個人客はまち全体の魅力を求めて旅行に訪れる傾向が強いため、トロッコ電車の運休期間のみでなく、運行期間においても、宇奈月温泉商店街自体の魅力・誘客力を高め、商店街内に宿泊することを主目的とする観光客を増加させる必要があった。

宇奈月温泉駅前と宇奈月100年会女子部

取組の内容

温泉街の活性化に向け、委員会を結成

2009年、宇奈月温泉商店街の事業者メンバーが中心となって、教育機関、行政などから構成される「でんき宇奈月プロジェクト実行委員会」を設立し、小水力発電などの自然エネルギーを活用した公共交通システム形成に向けた活動が開始された。

このような中、宇奈月温泉商店街としての地域ブランドを創出すべく、自治振興会の「宇奈月温泉まちづくり委員会」などで議論を重ね、「世界有数の山岳温泉エコリゾート」という温泉街のコンセプトを打ち出した。この「山岳温泉エコリゾート」とは、温泉のみでなく山岳リゾート（自然）を地域資源として捉え、「環境」、「健康」、「絆」の3つの視点から様々な取組を実施することにより温泉街の活性化を目指すものである。

コンセプトを実践に移すべく、2010年度及び2011年度は、「地域の魅力でおもてなし事業（地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト）」を活用し、商店街の若手が中心となった、環境に配慮した電気バス（EV)の運行実験や自然を背景とした体験型イベントなどを実施した。

また、40代以下の若手経営者が立ち上がり、2015年1月に、自治振興会の下部組織として「宇奈月100年会」が設立された。当会では、「山岳温泉エコリゾート」のコンセプトを踏襲しつつ、これまでの検討で不足していた富山県民、とりわけ富山県に住む若い女子の視点を踏まえた取組を実施している。

温泉街を走る電気バス（EV）「EMU（エミュー）」と観光客

取組の成果

若手の活躍で宿泊者数が増加

電気バス（EV)の運行実験や体験型イベントなどを実施した結果、宿泊者数が増加しただけでなく、これまで少なかった若い層の観光客も増えた。

また、「宇奈月100年会」が宇奈月温泉商店街として今後どのようなアクションを行っていくかを検討している過程で、主に富山県在住の若手女性20名程度を集めた宇奈月100年会女子部が結成され、「宇奈月温泉女子化プロジェクト」が2015年9月にスタートした。

「宇奈月100年会」の案内で宇奈月温泉商店街のメジャースポットや穴場をめぐり、様々な意見交換をしながら温泉商店街の女子化が進められている。その１つの成果として、プロジェクト参加者とともに発案した「食べ歩きグルメ」の商品販売が予定されている。

2015年3月の北陸新幹線の開業によって状況は大きく変わった。多くの旅館・ホテルの宿泊数は前年比130%を超え、商店街も数年ぶりに賑わうことができた。しかしながら、この新幹線開業特需は長続きするわけはなく、先を見据えて早急に課題解決に取り組む必要がある。

2016年2月には「～100年後も幸せな宇奈月温泉であるために～」と題したアクションプランが完成し、若手経営者が中心となって各種団体と協力しながら、北陸新幹線開業を勢いにアクションを起こしていくところである。

実施体制

上記の取組は黒部市、黒部商工会議所、大学、外部シンクタンクなどと連携して実施されている。事業の実施主体は現在も若手経営者であり、宇奈月100年会女子部と連携して、適切かつ継続的に実施する体制が構築されている。

宇奈月100年会女子部との会議

キーパーソンからのコメント

宇奈月100年会
代表幹事　中島　昭彦

100年後も幸せな温泉を目指して

これまでに様々な団体によって提言書や報告書がまとめられてきましたが、実現されたのはほんの僅かで、多くは様々な理由で未完の状態にあります。継続性のない新事業が生まれては消えていく「不連続の連続」の中で、商店街の若手経営者が中心となり、歴史、自然、地理的特徴について議論し、過去の資料も再度見直す中から、「世界有数の山岳温泉エコリゾート」が我々の目指すべき将来像であり、重要なコンセプトであると位置付けました。

必要なのはアクションプラン！

将来像の共有の後は、アクションプランの策定です。日々の仕事に追われる中、納得するまで何度も話し合い、さらに我々の力強い味方である「女子化プロジェクト」参加者の意見を踏まえ、現実的で緊急性の高いプロジェクトとして、「お客様がまた来たくなる楽しいまち歩き空間の実現」、「空き店舗対策やまちなか案内の充実」、「統一感のある温泉場らしい環境整備」などにまとめました。今後も、これらを確実に実行し、PDCAなど問題解決の体制を整えながら進めていきます。

基本データ

所在地	富山県黒部市宇奈月温泉
人口	約4万人（黒部市）
電話/FAX	0765-62-1006
会員数	40名
店舗数	38店舗（最寄品小売店12、飲食店6、サービス店15、その他5）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	観光客（国内）、家族連れ、観光客（海外）

商店街概要

宇奈月温泉商店街は、黒部川電源開発のために開かれた黒部峡谷トロッコ電車の始発駅に位置し、様々な物資を供給するためのターミナル的な役割を果たし、電気事業に従事する人々の癒しの温泉地として発展した。トロッコ電車の一般利用開始後は、全国からの観光客に親しまれる温泉街として発展してきた。近年は台湾や韓国をはじめ諸外国からの観光客が増加している。2015年3月14日には北陸新幹線が開通し、全国で初めて「温泉」の文言を使用した「黒部宇奈月温泉駅」ができたことから、新幹線駅に近い温泉地として大勢の観光客で賑わっている。

多治見ながせ商店街
（多治見ながせ商店街振興組合）

岐阜県多治見市

！取組のポイント

青年部やまちづくり会社との連携により、新たな店舗の誘致や陶磁器の産地ならではのオリジナルイベントを継続的に実施することで、まちの魅力が増加。

取組の背景

陶磁器が並ぶ多治見ならではの商店街へ

毛糸店、子ども服店などにも美濃焼が並ぶ「商展街」

最近の空き店舗物件調査によると、今後10年程度で1/3の店舗が廃業・閉店する見込みであり、後継者不足、店舗物件の老朽化や比較的大きな物件の空き店舗化がまちの衰退に影響を与えている。

世襲による商業の継承は難しく、廃業後の物件に新たなまちの担い手となる創業者、第二創業者を誘致することが必要である。

また、多治見市は美濃焼の産地であるものの、多治見駅周辺には陶磁器店などが少ないため、陶磁器のまちの雰囲気に乏しく、多治見ならではのまちの風景が少ないことも課題である。

当商店街では、この二つの課題解決に向け、商店街がまるでギャラリーのようになる「商展街」を実施し、商店街での新たな出店や多治見らしい商店街づくりを目指すことになった。

取組の内容

「商展街」を実施し、陶磁器作品を展示販売

陶磁器のまち多治見を駅周辺で認知してもらうための取組として、観光客が増加する毎年10月に、組合員の参加店約20店舗内に地元の若手作家の陶磁器の作品を展示し販売する「商展街」というイベントを行っている。

この取組により、一定期間、商店街が陶磁器のギャラリーのようになり、店から店をジグザグに渡り歩くお客様の姿を見ることができる。

陶磁器の作品を受け入れる各店は、作家ならではの感性で店内のレイアウトやディスプレイを変える。これらにより日頃動きがない店舗でも店内に動きが生まれ、店の活性化につながっている。

作家とコラボしたDM作成も実施し、集客に努めている。このDMは店舗と作家がそれぞれの顧客に配布することから、店舗と作家がお客様を共有することにもつながり、相互に新規のファンづくりにつながっている。

商店街青年部は、このような作家のまちづくりへの参画をきっかけに、アートイベントなどへの興味を抱き、様々なアーティストや大学生などを巻き込みイベントを一緒に作り上げる工夫をしている。また、そういった機会には交流会を積極的に行い、その後も商店街を訪れてもらえるような関係づくりに努めている。

取組の成果

5年継続し、恒例行事として定着

上記のような取組から、作家が多く立ち寄る商店街として若者から注目されるようになり、出店への関心も増している。その関心を、多治見まちづくり株式会社の出店サポートにより空き店舗への新規出店へとつなげることで、募集をしていた店舗への出店は概ね完了した。

まちづくり会社直営の空き店舗活用カフェ
イベント時に関係者の交流会なども開かれる

しかし、物件を貸す意思のない店舗の活用がまだされていないことから、現在は貸せる物件の掘り起こしを多治見まちづくり株式会社と連携して行っている。

「商展街」のイベントは5年間継続し、地元や作家のなかでは恒例行事として定着してきた。また、イベント期間を終えても作家とのつながりで店内に陶磁器を並べ続けている店舗も年々増加しており、陶磁器のまちの商店街ならではの魅力が増している。

実施体制

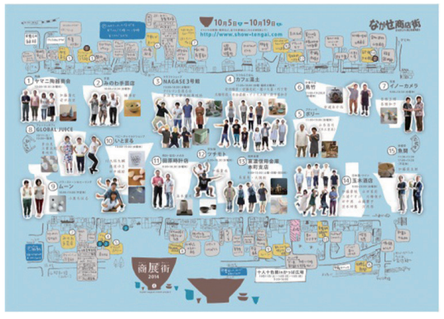
2015年度、商店街役員の世代交代が行われ、より若手がまちづくりに参画しやすい体制を敷いた。青年部は約15年にわたり月1回の情報交換会を継続しており、その青年部のメンバーが商店街を担う世代となった。

また、商店街事業の運営事務を多治見まちづくり株式会社へ部分的に委託することで、商店街の事務負担を軽減すると同時にまちづくり会社のノウハウを活用でき、持続的に事業が実施できる体制となっている。

そうしたプラットホームがあることにより、作家や地元建築士などがまちの取組に気軽に参加できる仕組みとなっている。

イベントなどの告知においても行政や観光協会とも連携し効果的な情報発信を図っている。

作家と商店街がコラボ



キーパーソンからのコメント

多治見ながせ商店街振興組合
理事長　玉木　秀典

貸せないを貸せる場へ

空き店舗対策を進める中で、貸せる場所をどうやって掘り出すかという問題がありました。多治見まちづくり株式会社と連携し、同社に商店街とオーナーの間のクッション材になってもらいながら、貸す意思のないオーナーへの働きかけを行いました。それにより、徐々にではありますが、貸せない店舗を貸せる店舗として活用することができるようになってきています。

こうした連携体制が、商店街活動のプラットホーム強化になり、よそ者・若者を取り込める素地を作ったと考えています。

若手陶芸家の見せる場

今後も、作陶を学んだ若手が地元に残り活動を続けていくために商店街という場を活用できないか考え、若手の作家の発表や交流の場にと始めた取組「商展街」を継続していきたいと思っています。

加えて、若手と既存店とのコラボ販売や売り方の工夫を進め、最終的には、若手陶芸家の「作る」を見せる拠点を商店街内に設置したいと考えています。

若手の作家とタッグを組み、アート的な発想で商店街の活性化を進めていきたいと思っています。

基本データ

所在地	岐阜県多治見市本町
人口	約11万人（多治見市）
電話/FAX	0572-23-2636
関連URL	http://nagasest.web.fc2.com
会員数	56名
店舗数	62店舗（買回り品小売店9、飲食店9、サービス店20、その他24）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	主婦、高齢者、観光客（国内）

商店街概要

多治見ながせ商店街は、古くから陶磁器の産地・流通拠点である多治見市の中心市街地に位置する。JR多治見駅から名古屋駅まで快速で30分という距離であり、名古屋市のベッドタウンとして都市が成長してきた。

当商店街はJR多治見駅から徒歩5分の場所に立地し、朝夕は通勤通学者も多く通行する。商店街は地元店が軒を連ねており、物販店が多い。

長年続けている週2回の朝市、夏祭り、クリスマスなどの取組のほか、たじみ陶器祭りにあわせて、若手の陶芸作家作品を中心としたクラフトフェアを開催している。

栄町商店街
（栄町商店街振興組合）

愛知県名古屋市

！取組のポイント

海外の商店街と姉妹提携を締結し、商店街を国際文化発信の拠点として位置づける事業を展開。

取組の背景

歩行者通行量、商品販売額が低下

近年、名古屋駅地区においては、2026年のリニア新幹線の開通を見据えた社会的インフラ整備の検討や大型商業施設の建設が進んでおり、栄地区の相対的な求心力低下が懸念されている。栄地区全体の歩行者通行量が伸び悩む中、商品販売額についても低調に推移しており、名古屋駅からの人の流れを誘引するため、栄地区をホットな心温まる商店街として差別化を図り、「広小路通り」を歩いて楽しくなるストリートとするとともに、栄町商店街について都市・歴史文化や国際文化の発信拠点及び名古屋の「顔」としての認知度が向上するよう、求心力を高める必要がある。

取組の内容

国際交流事業など、ユニークな取組を実施

国際交流拡大については、1998年にパリのモンテーニュ通り商店街と姉妹提携を締結し、2001年には姉妹提携5周年記念プレ交流会、2008年には姉妹提携10周年記念行事を開催し、文化交流を実施した。さらに、新たな国際交流事業として、2014年9月にベルギー・ブリュッセルのルイーズ通り商店街と姉妹提携を締結し、3つの商店街がトライアングルとなって歴史文化交流を誓った。

パリのモンテーニュ通りとの姉妹提携5周年記念プレ交流会

ベルギー・ブリュッセルのルイーズ通りとの姉妹提携の調印式

2015年は、「国際文化発信事業」の一環として、商店街を国際文化発信の拠点として位置づける事業を展開している。具体的には、広小路夏まつりの開催時期に合わせてブリュッセル州政府関係者を日本に招待し、日本においても調印式を実施したほか、ブリュッセル州政府から寄贈された小便小僧のモニュメントを設置し、除幕式を開催した。併せて「ベルギー・ブリュッセルフェア」と称したベルギーの食べ物や文化を紹介するイベントを、栄広場や栄町商店街内の百貨店で開催するなど情報発信を行った。

歩いて楽しくなるストリートづくりについては、64回を数える「広小路夏まつり」をはじめ、「冬のイルミネーション」を通じて、広小路通りを散策する魅力づくりに取り組んでいる。また、地元ゆかりのノーベル賞受賞者（益川敏英・小林誠・野依良治）の手形碑を設置し、域外からの来街者を集客できるよう景観整備を行った。

小便小僧のモニュメント

取組の成果

名古屋市中心市街地のにぎわいに貢献

国際交流拡大及び歩いて楽しくなるストリートづくりについては、ベルギー・ブリュッセルのルイーズ通り商店街との姉妹提携がマスコミに大きく取り上げられ、愛知県内外からも観光・文化交流の拠点として注目を集めるようになり、名古屋中心市街地のにぎわい創出に大きく貢献している。具体的には、栄町商店街における歩行者通行量が、商店街活性化事業計画策定時の2008年度には9413人/日であったのが、2014年度には1万181人/日まで増加している。

また、当組合では組合員に対してアンケートを行っており、2014年度には「来店者数が増加、または少し増加した」と回答する割合は70%、「売上高が増加、または少し増加した」と回答する割合は32%にのぼっている。

実施体制

当組合では、坪井理事長を統括とし、全体事業の方向性を組合員と協議しながら決定するとともに、イベントなどを企画する際は、最大限の効果が得られるよう、地方自治体・教育機関・NPO・地域住民（町内会）・近隣商店街と連携している。国際交流拡大の取組については、ベルギー・ブリュッセルのルイーズ通り商店街との姉妹提携において、名古屋商工会議所や名古屋三越・大丸松坂屋・丸栄といった栄地区の百貨店と連携して関連イベントを実施した。ノーベル賞受賞者の手形碑設置をはじめとする手形イベント事業では、児童の参加を呼びかけるなど、地元の小学校と連携している。

ノーベル賞受賞者の手形碑

キーパーソンからのコメント

栄町商店街振興組合
理事長　坪井　明治

熱意が国際交流の原点

国際文化交流の原点は、新たな取組の必要性を感じ、歴史や文化のある世界の商店街から学ぶことが必要と考え、世界一の商店街と名高いパリのモンテーニュ通りとの提携を結ぼうと決めたことです。提携は苦労の連続でしたが、助けてくれたのは栄町商店街の持つ尾張藩400年の歴史でした。モンテーニュ通りの360年を上回ったことで、「あなた方は私どものお兄さん」と姉妹提携を締結することができました。交流の継続は、名古屋とも縁が深いベルギーのブリュッセル・ルイーズ通りとの姉妹提携にもつながりました。何が何でもという熱意と直ぐに行動に移すという姿勢が実を結んだと思っています。

将来に大きな財産を残す

栄地区は、芸術や公園もある開かれた商業ゾーンであり、名古屋の顔だと思っています。姉妹提携している海外の商店街とは、政治や経済の関わりだけでなく、お互いの良い所を学び合い、深い絆で結びついていければと思っています。

今後も、百貨店、町内、学区といった地域の諸団体と連携し、将来に大きな財産を残すという強い想いで国際文化交流を拡げ、多くの人を招く魅力あふれる栄地区にしていきたいと思います。

基本データ

所在地	愛知県名古屋市中区錦
人口	約8万人（名古屋市中区）
電話/FAX	052-962-7143/052-955-0560
関連URL	http://www.sakaemachi-shotengai.com
会員数	67名
店舗数	109店舗（買回り品小売店24、最寄品小売店5、飲食店18、サービス店22、その他40）
商店街の類型	超広域型商店街
主な客層	学生・若者、家族連れ、観光客（海外）

商店街概要

栄町商店街は、江戸時代から庶民の娯楽の中心として栄える名古屋市都心部のメインストリート広小路通り沿道に立地し、1963年に組合を設立した。1975年以降、広小路通りのオフィス化が進展してからは、歩きやすく・楽しい街づくりを目指し、歩道スペースの確保、店舗の1階部分のショーウィンドウ化などを進めてきた。現在はオフィスが立ち並ぶほか、百貨店やブランド店が多数集積している。買い物の場としてのみならず、文化や流行の発信の拠点としても重要な役割を果たしており、国内外から多くの幅広い客層を集めている。

円頓寺商店街
（円頓寺商店街振興組合）

愛知県名古屋市

！取組のポイント

積極的に課題に挑戦し続け、近隣地域のみならず、潜在的な外国人観光客の需要を掴み、域外誘客を推進。

取組の背景

住民アンケートにより現状を把握

マンションの建設などにより、周辺人口は増加傾向にあるが、商店街実施のアンケートによると地域住民の多くが商店街をあまり利用していないとの結果が出ている。近隣の小学校が統合により廃校予定であるなど、地域全体の少子高齢化が進んでおり、新たな客層の獲得が急務である。

2014年度に実施した那古野地区地域住民アンケートでは、「飲食店の充実」「人々が集えるスペース」のニーズが高いという結果を得た。また、観光ビジネスを推進するグループのアンケートでは、昔ながらの商店街に海外の方と交流できる場やその土地ごとの風土や文化に触れることを期待する声が多いことを把握した。

店舗の経営者も高齢化している中、後継者がいないなどの理由により閉店する店舗もあるため、空き店舗対策も重要な課題である。

取組の内容

空き店舗などの課題に対して対策を実施

商店街の知名度を向上させ、新たな客層を取り込むため、2013年からパリ祭を実施している。アーケードのある商店街がパリのパッサージュ・デ・パノラマの雰囲気に似ていること、町に歴史があること、そしてパリが好きな実行委員メンバーや商店主がいたことが、パリ祭を開催するきっかけとなった。組合員店舗でもイベントのために新商品を開発するなど一丸となってイメージ作りに取り組んでおり、2015年にはパッサージュ・デ・パノラマと姉妹提携を行った。

円頓寺 秋のパリ祭

那古野地区の空き店舗対策を行う組織「ナゴノダナバンク」では、まちづくりに適した出店希望者をつなぎあわせる取組を行っている。出店に当たっては、地域に馴染む内装の提案や、新規出店者と地域の商店の方が連携を取っていけるように信頼関係の構築に向けた活動を行っている。その取組の一つとして、１階をカフェ&レストラン、2階をゲストハウスとして2015年4月に再オープンした老舗喫茶店「西アサヒ」では、地元の人々だけでなく、多くの外国人旅行者の利用があり、地域のコミュニケーション拠点となっている。また、名古屋駅と名古屋城に近いという立地を活かしたゲストハウスの整備によって、外国人来街者増加の効果を商売につなげていこうとする動きが出てきている。今後はこれまでの取組を踏まえ、商店街内で買物ができる環境を作るため、商売としての市場性を考えた上で成功できる物販店の設置を図る。

コミュニティカフェレストラン&ゲストハウス「西アサヒ」

取組の成果

空き店舗対策が商店街の組織強化に貢献

円頓寺秋のパリ祭では、これまでの商店街活動では取り込むことができなかった若い年代の取り込みに成功した。また、各地から集まった個性的な店舗に出会えるイベントとして認知されている。現在もパリ祭の来街者を商店街のファンとして定着させるため、様々な工夫を行っている。

新規出店者が商店街イベントの中心的な役割を果たすなど、空き店舗対策が商店街の組織強化につながる事例も生まれている。新規出店は飲食店が多いため、今後は他の業種の出店も視野に入れている。また、「西アサヒ」が再オープンしたことにより、地域内外からの来街者が増加する中で、今後は「ものづくり文化の道」の中核商店街として地域の特産品などの情報を発信する地域資源のショーケース機能や、新たに商店街に呼び込む外国人来街者をサポートする機能やコンシェルジュ機能の付与も検討中である。

実施体制

女性理事長のもと、組合員だけでなく、有識者、建築家、コンサルタント、地域住民などを交えての勉強会を積極的に行っている。それぞれの専門分野を活かしながら、にぎわい創出イベントやまちづくり活動に取り組んでいる。

名古屋のものづくり文化の発信では、名古屋市とも連携している。七夕まつりなどにおいて、ものづくりの体験ブースを設けるなど、協力体制を築いている。また、当商店街を含む那古野地区は名古屋市から「ものづくり文化の道エリア」に指定されており、理事長を中心とした商店街界隈の女性3人が、歴史ある町並みの四間道や、隣接する円頓寺本町商店街等の素敵な「もの・ひと・こと」を発信するフリーマガジン「ポゥ」を発行しているほか、季節のイベントや祭りをエリア内で連携して実施している。

円頓寺 七夕まつり

キーパーソンからのコメント

円頓寺商店街振興組合
理事長　高木　麻里

商店街の未来を考える

空き店舗対策プロジェクトチーム「ナゴノダナバンク」は、財務的な信用のみで入店者を決めるのではありません。「この業種が商店街に必要だ」「この店舗跡にはこんな人に入ってほしい」といった点に加え、新しい商店主も地域の人々も快適に過ごせるか、という複合的な視点でマッチングを行っています。

商店街の未来を見据えながら、空き店舗のオーナー達との徹底したコミュニケーションが重要であると考えています。

成功をもう一歩先へ

古いお店も商いができ、新しい人も入ってきて商いができるという環境づくりを一番大切にして日々取組を進めています。その中で、閉店した老舗喫茶店「西アサヒ」が再オープンし、今では地域の人々だけでなく国内外の観光客にとっても、大事なコミュニケーション拠点となっています。

今後、中部地区の玄関口である名古屋駅にやってくる外国人観光客に、各地の地域産品を円頓寺で見せ、各地に誘導できるショーケース機能を検討中です。「西アサヒ」の成功は色々な可能性を見せてくれましたが、この成功をもう一歩先に進めたいと考えています。

基本データ

所在地	愛知県名古屋市西区那古野
人口	約15万人（名古屋市西区）
電話/FAX	052-551-0197/052-551-0217
関連URL	http://nagosyu.net
会員数	28名
店舗数	28店舗（買回り品小売店9、最寄品小売店1、飲食店15、サービス店1、その他2）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	会社員、高齢者、観光客（国内）

商店街概要

円頓寺商店街は、圓頓寺の門前町として18世紀中頃から発展したといわれており、1957年に円頓寺商店街協同組合として法人化し、1963年に円頓寺商店街振興組合へ組織改変。名古屋駅と名古屋城との中間にあり、徒歩圏内に位置している。界隈には古い蔵や屋根神様の残る保存地区「四間道」があるなど歴史の残るまちである。商店街の中核的な取組として、円頓寺商店街と円頓寺本町商店街の共同イベントである「円頓寺七夕まつり」、フリーマーケット「ごえん市」、歴史・文化を感じることができる「円頓寺秋のパリ祭」などが行われている。

石山商店街
（石山商店街振興組合）

滋賀県大津市

！取組のポイント

「地域と歩む“暮らしの広場”」を目指して、アクションプランに位置付けた様々な事業に精力的に挑戦。

取組の背景

店舗経営者の高齢化や後継者不足などが深刻化

石山商店街は、郊外型大規模商業施設の立地、各商店の魅力低下や商店街インフラ整備の遅れなどにより、近年、衰退傾向にあり、また、店舗経営者の高齢化と後継者不足、組合員数の減少なども課題となっていた。さらに、道路の慢性的な渋滞や、歩道が一部未整備であることから、買物客の安全をどう確保するかについても課題となっている。

一方で、JRおよび京阪電気鉄道の石山駅に近く、京都、大阪などへの通勤が便利なことから、人口が増加傾向にあり、来街者の増加や消費拡大のポテンシャルを有している。

石山商店街風景

取組の内容

アクションプランを策定し、課題に対応

そこで、2008年に石山商店街アクションプランを策定し、具体的な取組として、道路問題への取組、空き店舗活用などの地域商店街活性化事業を展開している。地域商店街活性化事業では2010年度から2013年度にかけて、空き缶回収機の設置、街路灯の改修整備などを実施し、また、2012年10月１日から12月26日までの3か月間、社会実験として空き店舗を活用したコミュニティスペースの開設運営を行った。

この実験結果や課題を踏まえて、2014年１月に「石山らんらんサロン」を開設し、コミュニティ活動の拠点はもとより、地場産品の販売などをするアンテナショップ、来街者の休憩所など、商店街の活性化に大きく寄与する施設として運営している。

また、子どもにやさしい商店街として、食を通して子どもたちを見守る「みんなの食堂」を地域の各団体と開催。商店街内の各店舗での職業体験ができる「こどもミュージアム商店街」も、子どもや親御さんに店舗の魅力を十分に伝えられる事業展開になっており、これらの事業を通して新規の顧客が増加傾向となっている。

道路問題に関しては、新たな車の流れや人の流れが生まれることを視野に入れ、部会を設置して検討・協議を進め、暫定的に歩道が改修される見通しが立ったところである。

その他、札幌市の石山商店街とは、意見交換や商店街で行う各種イベントで両地域の特産品の相互出展や販売を行うなど、商店街では珍しい広域の連携、交流活動が注目を集めている。

石山らんらんサロン

取組の成果

商店街が“暮らしの広場”に

空き缶回収機の設置や街路灯の改修整備について、「良い取組である」、「統一感が出ていて良い」、「節電対策になり、雰囲気も良くなったと感じる」などの評価を得ている。

「石山らんらんサロン」は、地域の方が気軽に立ち寄る場であるとともに、地域の団体やサークルなどの活動の場としてのコミュニティスペース機能はもとより、地域情報、観光情報、個店の情報などの情報発信拠点として、また、地場産品の販売スペースや商店街店舗のアンテナショップとしても活用されており、商店街が目指す「商店街は地域と歩む“暮らしの広場”」の核施設としての役割を存分に発揮している。また、子どもを対象にした各事業を実施したことによって、石山商店街に地域の方々が目を向けてくれるようになってきた。

その他、札幌市の石山商店街との協定に基づき、双方の活性化につながる交流が現在も進められており、「石山とれ取れ祭」に並んだ札幌の石山商店街加盟店舗の商品がすぐに売り切れるなど、効果が現れている。

実施体制

「商店街は“暮らしの広場”」の核施設としての機能をより効果的に発揮するために、「石山らんらんサロン」には職員が常駐している。商店街の魅力づくりの議論を重ね、地域で子どもたちの成長を支える方向性を模索してきた中で、商店街内で塾教室を運営している企業と連携して、サロン内で小学生を対象とした学習指導を行うとともに、商店街での店員体験などの体験学習を通じて生きる力を培うことに重点を置いた「石山・寺子屋塾」を開催している。商店街内に設置した道路問題の部会では、大津市・大津商工会議所・地元自治連合会と連携を図り、検討を進めている。

石山・寺子屋塾

キーパーソンからのコメント

石山商店街振興組合
左：専務理事　大岩　信順
右：理事長　黒崎　弘之

行動指針と組織改革

当商店街は城下町でもなければ、中心市街地にも該当していませんでした。自分たちの街を地域の方々とまち歩きをし、足元から見つめ直す作業から始めました。かつては、大企業の創業地のまちであり、企業城下町の意味合いが強かったですが、現在はあの華やかな時代は通り過ぎています。商店街として事業をしていく中、なかなか全ての事業を関連づけて行えないジレンマがありました。行動指針が無く、単なる事業の自己満足で、2016年度は何をしようかとそればかり考えていました。そこで、短期、中期、長期の行動指針であるアクションプランを作る運びになりました。単なる商店街のイベント事業だけではなく、地域のまちづくりの中心としても役割を担うものであり、自治会、大学、NPOなど各種団体と連携した事業展開を図ることができています。また、組織改革の中、賛助会員の拡大に力点を置いたことが、事業費の割合を増やせた要因となっています。

商店街は“暮らしの広場”

アクションプランの目標は“暮らしの広場”です。2010年から認定事業も並行して行う中、会員同士の連携が生まれています。各飲食店のつながりのなかで、飲食部会が発足し、名物の醸成や各種事業の企画、不動産部会では空き店舗への対応など、「暮らしの広場」への一翼を担ってきています。地域の方々が一緒に参画できる場を通して、各店舗の魅力を発信しながら、商店街に目を向けてもらえるように、「暮らしの広場」へと進んでいく考えであります。

基本データ

所在地	滋賀県大津市粟津町
人口	約34万人（大津市）
電話/FAX	077-537-2140/077-572-5063
関連URL	http://www.kiyaina.com
会員数	140名
店舗数	212店舗（買回り品小売店8、最寄品小売店45、飲食店64、サービス店25、その他70）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	主婦、高齢者、会社員

商店街概要

当商店街は、瀬田川沿いの旧東海道筋に位置し、古代から近世に至る歴史散策が楽しめる地域である。1989年には商店街振興組合となり、共同して経済事業を行うとともに環境改善の整備改善に取り組んでいる。大企業の立地により、1965～1975年頃は「企業城下町」の商店街として活況を呈したものの、消費者ニーズの変化や郊外型大規模小売店の出店などにより厳しい環境下におかれていた。2008年にアクションプランを作成し、2010年には地域商店街活性化法の認定を受けるなど、「地域と歩む“暮らしの広場”」を目指して商店街活性化のための様々な取組を進めている。

激辛商店街
（京都向日市激辛商店街）

京都府向日市

！取組のポイント

限りある地域資源の中から自ら特色を生み出し、
「激辛」の聖地として独特のアイデアを次々に実現・発信。

取組の背景

際だった特色を生み出すことによる町おこし

当地域は激辛商店街が発足する以前は特産品のタケノコを利用した町おこしに取り組んでいた。しかし、特に目立つ観光施設などもない中で、地域の活性化と観光客のリピーター化を目指すためには、際だった特色を産み出すことが必要であった。

そこで、具体的に特色を創り出すに当たっては、①向日市を1人でも多くの方に知っていただきたい、②向日市に1人でも多くの方にお越しいただき、1人でも多くの方に楽しんでいただき、笑顔になっていただきたい、③激辛商店街でしか味わえない辛くて旨いものや、感性をピリリと刺激するイベント、商品を1人でも多くの方に堪能していただきたい、といったフレーズを掲げるとともに、さらに2014年からは、④向日市から日本を活性化、元気にしていくことを商店街のビジョンとして掲げている。

取組の内容

強いインパクトを残す「激辛」のキーワードで勝負

「向日市」の名前をインパクト勝負でPRし、「まずは名前を知ってもらい訪れてもらおう」と地元の有志らが市域全体を「京都向日市激辛商店街」として売り出すことを決意、激辛グルメが持つ「元気が出る」「癖になる」というイメージに引っかけて、飲食店を中心とした20店舗でスタートした。

その後、京都向日市激辛商店街として、食品に限らず、染み抜きをテーマにしたクリーニング店やトウガラシを販売する種苗店も参加し、サービスを提供するなど、多種多様な店舗が参加するようになった。

2012年からは、激辛メニューの祭典「KARA-1グランプリ」を開催している。数多くのメディアにも取り上げられ、全国で激辛商店街の名前が浸透してきている。

また、激辛を軸に、辛いものが苦手な人でも食べられるようにした「ゆる辛」の開発、地元向日神社と協力した大凶・凶が半数以上を占め辛辣なコメントの並ぶ「辛口おみくじ」の作成、大手パンメーカーとのコラボ商品の開発、観光案内所の設置など、多岐にわたる事業を展開している。

KARA-1グランプリ2015

取組の成果

地域全体が活性化、世界の激辛の聖地へ

2008年に年間3000人だった観光客数は、激辛商店街の立ち上げと同時に約6万人に急増した。2013年には19万4000人に到達、食品に限らず多種多様な店舗が参加する仕組みづくりにより、地域全体の活性化につながっている。地域全体が活性化したことで、イベント時以外の平常時の商店街売上も平均して2～3割増えた。

また、「KARA-1グランプリ」も人気を呼び、第1回（2012年）は、8都府県から約50店舗が参加、約2万人が来場し、第2回（2013年）、第3回（2014年）には来場者が5万人に達し、海外・他府県からの観光客の誘客に成功しており、参加店も約73店舗にまで増えている。

今では、全国各地から激辛を求めて人が集まる“激辛の聖地”として人気を博しており、2015年度からはタイなどアジア地域の激辛店の誘致にも力を入れるなど、世界的にも名の通った「激辛の聖地」を目指している。

激辛商店街を代表するメニュー担々麺

実施体制

激辛商店街立ち上げ時は、向日市、向日市商工会や京都府の支援を受けていたが、現在では、向日市在住の外部の専門家も含めて、実行委員30名、執行部15名での運営体制となっている。補助事業の終了後も地元の向日市とは連携を継続しており、清掃活動など、地域に貢献する事業を実施している。

全てのイベントを収益事業として運営するほか、企業とのコラボ商品の販売によるロイヤリティによる収入など、会費以外の自主財源を確保することで継続的な取組を実践している。

激辛商店街のマスコットキャラクター“からっキー”
イベントなどでひっぱりだこ

キーパーソンからのコメント

京都向日市激辛商店街
会長　宮路　亮

インパクトがあり注目されるまちづくり

行政主導でも商工会主導でもない町おこしとして、飲食店以外の店舗や大型ショッピングセンターも巻き込んで取り組んできました。国や自治体などからの補助ありきの町おこしからの脱却を試み、イベントを収益事業として位置づけ、食品メーカーとのコラボ商品の開発にも取り組んできました。全国的に名が知られるようになった「KARA-1グランプリ」の開催や地元向日神社の参加、さらには新作メニューの作成など、前例にとらわれない話題づくりを展開しています。「KARA-1グランプリ」はマスコミのトップニュースにも取り上げられました。

基本姿勢を忘れずさらなる進化を目指す

若手、よそ者、変わり者が一緒になって商店街の発展を目指していますが、さらに、向日市の商業活性化につなげたいという意思を持つ新たなメンバーの参画をどのように促し現在の組織と融合させていくか、共通テーマで個店を結んだ「商店街」をどう発展させていくかが今後の課題です。

加盟店舗数10倍を目指して組織の強化に取り組むとともに、収益事業であるイベントやロイヤリティ収入など、自己財源の確保は永遠の課題です。

基本データ

所在地	京都府向日市寺戸町山縄手
人口	約5万人（向日市）
電話/FAX	075-963-6509
関連URL	http://www.kyoto-gekikara.com
会員数	70名
店舗数	70店舗（買回り品小売店1、最寄品小売店7、飲食店55、サービス店6、その他1）
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	学生・若者、会社員、観光客（国内）

商店街概要

交通利便性が高い一方で、地元客の京都市内や大阪など大都市への流出を招いており、地元商店の集客力が低下していた中で、近くに大型ショッピングセンターの立地が決まり、これ以上客が流出すると地域商業が壊滅するという危機感から、何かインパクトのあるテーマで町おこしをしようと考える。その中で、インパクトがあり元気が出る「激辛」をテーマに、まずは地域の飲食店を中心に集結し、2009年に共通テーマで個店を結ぶ新しい形の商店街である「激辛商店街」を設立する（飲食店以外の物販店舗も加盟している）。

駒川商店街
（駒川商店街振興組合）

大阪府大阪市

！取組のポイント

客層のニーズを捉え、地域で連携したイベントを実施することで大規模な集客に成功。地域交流の場として子育て支援にも貢献。

取組の背景

大型商業施設などの立地により競争環境が激化

駒川商店街がある大阪市東住吉区は人口が減少しており、高齢者人口の比率が増加している地域であり、来街者のデータもその実態を反映している。また、周辺地域には、大型商業施設や大型店が立地しており、厳しい競争環境下にある。

商店街としてこれらの課題に対応するには、行政や地域住民と一体となって、地域コミュニティの創出・強化に取り組んでいくべきと考えている。

取組の内容

客層のニーズを捉え、地域連携イベントなどを実施

自治会やPTAなど、商店街の枠を超え、地域の団体と連携することで、ニーズの把握やイベントの実施を可能にしている。地域ぐるみで取り組むことで、商店街単独では実施できないほど多くのイベントを開催し、にぎわいの創出を実現している。特に子育て層の来街を促すにあたっては、ニーズを把握するため、東住吉区役所、社会福祉協議会、子ども会、女性部会、町内会連合会、民生委員などの地域団体と定期的に意見交換を行っている。

2015年度には、高齢者及びその他の商店街利用者の情報交換や休憩の場としてのコミュニティカフェの設置や、大学と連携した子ども預かりサービスを提供する施設の整備を行い、来街者の中心である高齢者と、来街者数を増やしたい子育て層に向けた対応策を講じた。加えて、商店街のイメージを明るくし、子育て層の来街者増につなげるべく、アーケードのポリカーボネートの張替や照明のLED化を実施している。

様々なテーマで年3回程度おこなわれる駒川コンテスト

1日目の踊りと2日目の夜店で構成される駒川まつり

その他、お笑い芸人による商店街内のお買得生放送や駒川ビッグマンデーと称したセール、無料の寄席や様々なテーマでおこなわれる駒川コンテストなど、年間90回にも及ぶイベントを実施することで、行けば何か楽しいことがある商店街というイメージを持ってもらい、繰り返し来街してもらえるように努めている。

取組の成果

イベントの成功及び子育て支援に貢献

毎年7月に開催する「駒川まつり」では地域内外から多くの人が集まるようになっており、2015年度の開催では約4万人の参加につながった。100円商店街の実施にあたっても、売上金額が通常時の約2倍に達するなどその効果が着実に現れてきているが、今後は個店のファンを増やす必要があるとの認識のもと、2016年2月から新たに「まちゼミ」を実施するなど、実施効果の確認やその結果を踏まえた新たな取組が行われている。

また、子育て支援スペース「JONANこどもひろば KOMAクル」を整備し、短期大学の専門家と話せる「子育てサポートカフェ」や子どもと親が一緒に楽しむ「キッズ・ミート・アート」を実施するなど、地域の子育て支援に貢献するとともに子育て世代の交流の場の提供にも寄与している。2014年3月には様々な活動が評価され、大阪府下の商店街で初となる経済産業大臣賞を受賞した。

実施体制

多くのイベントを実施するために、商店街内に設けられている様々な部会にイベントの担当者を分け、作業を分担することで、負担の軽減を図っている。それだけでなく、この各部会での活動は、商店街組織の幹部として活動する際の土台となっており、各部会でイベント実施の経験を積むことは商店街内での人材育成の場としても機能しているため、後継者の育成にもつながっている。

事業運営の経験を積むことで、どうすれば収益で事業を回せるかを考えられるようになり、事業の継続性が高まるほか、人材面においても継続が可能になる体制が作られている。

また、地域の自治会、地域のプロサッカーチームや近隣の大学など外部の団体と協力して事業を実施している。地域の自治体や団体などと一緒になって取り組むことで、取組が成功する可能性を飛躍的に高めている。

年間約10件の商人体験と約20件の社会科見学を受け入れる

キーパーソンからのコメント

駒川商店街振興組合
理事長　名和　安将

目的意識と連帯意識の共有が第一歩

商店街再生の目的意識と連帯意識を持ってもらうこと、各々の能力を発揮してもらいながら目的達成するように導くことなどが難しかったように思います。また、商店街を取り巻く環境が大変厳しいなか、多数の事業を進めていくことは、各事業部のメンバーにはかなりの負担をかけました。

しかし、普段から、お客様を大切に、お客様のために、ということを意識させ、自然に力を発揮できるようになってきました。辛いことや苦しかった時もありましたが、そういった意識を持って達成できたことは大変嬉しく思います。

お客様の「満足」「良かった」のために

今後も、商店街活性化の旗印のもと、組合員が一丸となり、様々なイベントを通じてお客様と交流を持ちながら、マーケティングの実施や様々な情報収集を行いつつ現代の需要に対応できるよう、試行錯誤を繰り返し、駒川商店街の復活を目指します。

具体的には、空き店舗の活用、インバウンドへの対応などを計画中ですが、やはり最終目標は、お客様が駒川商店街にお越しいただいた時に、楽しかった、満足した、良かったと思われるようになることです。

基本データ

所在地	大阪府大阪市東住吉区駒川
人口	約13万人（大阪市東住吉区）
電話/FAX	06-6699-3931/06-6697-7272
関連URL	http://www.komagawa.net
会員数	204名
店舗数	235店舗（買回り品小売店99、最寄品小売店54、飲食店23、サービス店23、その他36）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	高齢者、主婦、家族連れ

商店街概要

長年、地域密着型の商店街として地域住民に親しまれてきた駒川商店街。現在235の店舗が軒を連ねており、大阪三大商店街の一つとして広く知られている。

全長730m（東西190m、南北540m）の十字型の商店街であり、近鉄南大阪線「針中野駅」から徒歩1分、大阪市営地下鉄谷町線「駒川中野駅」から徒歩3分であり、非常にアクセスしやすい好立地である。

規模が大きく、品揃えが豊富であることなどから、地域住民だけでなく、遠方からの来街者も多い。

水道筋商店街
（水道筋商店街協同組合）

兵庫県神戸市

！取組のポイント

次世代に継承するため、“安全で快適な”“環境にやさしい”商店街を目指す。

取組の背景

課題を把握し再生プランを策定

水道筋商店街が立地する水道筋エリアは、阪神・淡路大震災の影響も比較的少なく、震災以降、商店街の商圏人口は増加している。周辺には、王子動物園や王子公園、王子スタジアム、横尾忠則現代美術館があり、多くの人が訪れる。また、その利便性の高さから、周辺ではマンション建設が相次いでいる。さらに、2016年3月、近隣にJR新駅（摩耶駅）が開設したことから、さらなるマンション建設の進行及び周辺人口の増加が見込まれている。

そのような中、商店街では新しい住民をどう商店街に取り込むかを課題と捉え、2010年度に兵庫県の補助事業を活用し、今後の方向性について定めた「水道筋商店街（エルナード水道筋）まち再生プラン」を策定した。商店街の強みや売りを分析した結果、当商店街には買い物目的に訪れる人だけでなく、通勤・通学、散策などのため子どもから高齢者まで幅広い客層が来ることが判明したため、来街者に「安全で快適な」空間を提供すること、次世代にまちを継承していくために「環境にやさしい」商店街を目指すことなどの取組を行うこととした。

取組の内容

魅力アップのために設定した4つのコンセプト

「水道筋商店街（エルナード水道筋）まち再生プラン」では商店街の魅力をアップさせる4つのコンセプトとして、「安全・安心」、「おもてなし」、「環境」そして「遊芸」とおき、これらを具現化するため、2011年度にハード整備を含めた再生計画を策定し、以降、具体的な事業に取り組んでいる。

商店街の長いアーケードは、「安全・安心」で快適な買物空間を来街者に提供し、「おもてなし」する商店街の核施設であることから、「環境」などに配慮したアーケードとして、2012年度に国の補助事業により改修を行った。また、「環境」についての取組として、エコポイント「エルナ」を導入。

一方で、アメフトのユニフォームを着たキャラクター「水道筋汗かき恵比寿」などを用い、地域資源である「アメフト」を活用したイベントなどの定着化を図るとともに、「遊芸」時間を提供する商店街として、イベントのさらなる拡充を図っている。

また、商店街の次世代を担うリーダーを育成するため、周辺商店街とともに、2015年度に株式会社全国商店街支援センターが行う「商人塾支援事業」を実施している。

水道筋汗かき恵比寿

取組の成果

明るい商店街で、新住民の取り込みに成功

アーケード改修の結果、明るく、来街者に安心感を与えられるようになったことで、通行量は今まで以上に増加している。

ゲート性が高まり「おもてなし」度が向上したアーチや、明るい商店街の実現が、若年ファミリー層を中心とした新住民の取り込みに寄与しており、ベビーカーを押した母親の姿も多く見られるようになった。

また、「遊芸」の取組として、わくわくする商店街を目指してアーケードを舞台にしたイベントの拡充を行ったところ、マスコミによる情報発信の効果も重なり、商店街及び各種イベントの知名度が向上した。

「エルナ」が当たるペットボトルDE抽選会

実施体制

エリア全体の活性化を目指し、エリア内の商店街団体だけでなく、地域の文化施設である灘区民ホール、行政機関（神戸市灘区役所まちづくり推進課）とも連携しており、「ワクワク水道筋会議」を設置。2012年9月から毎月1回開催している。

商店街の最寄り駅である阪急王子公園の近隣の集客施設（王子動物園、王子スタジアム、兵庫県立美術館、原田の森ギャラリー（横尾忠則現代美術館））と連携し、エリアマップ「水ブラマップ」の作成及びコラボイベント「水道筋通り抜け」を実施するなど、にぎわい創出のため多様な取組を試みている。

「水ブラマップ」ほかオリジナルグッズ

キーパーソンからのコメント

水道筋商店街協同組合
写真左より
運営企画部長　西井　利行
環境整備部長　三村　悦男
理事長　津村　正武
会計部長　柴田　基普
販売促進部長　永井　和浩

アメフト×恵比寿様＝唯一無二のキャラクター

アメフトとのコラボにより日本で唯一のアメフト選手姿をした「水道筋汗かき恵比寿」が生まれました。「商売繁盛」「勝利」「健康」の願いが叶うため、毎月10日を中心に非常に多くの方がお参りに訪れるようになり商店街のにぎわいが増えました。

また、えびす音頭やえびすグッズ、着ぐるみなど、恵比寿様に関するものも次々と生まれ、テレビや新聞に取り上げられることも多く、元気な商店街をPRするために役立っています。

「懐かしくて新しい」昔ながらのにぎわいのある商店街へ

ワクワク水道筋会議を通じて生まれた地域通貨「エルナ」、「エルナ」の歌、水道筋かるた、水道筋ツアーガイドマニュアルなどの資源を活用するとともに、市場とタイアップして行う紙皿食堂、水道筋つまみ食いツアーなどの取組をさらに発展させ、エリア周辺を含めた連携により、「懐かしくて新しい」昔ながらのにぎわいのある商店街を子どもから高齢者までの幅広い世代の方々に楽しんでいただけるよう、今後とも新しい取組を続けます。

基本データ

所在地	兵庫県神戸市灘区水道筋
人口	約14万人（神戸市灘区）
電話/FAX	078-871-1818/078-891-3020
関連URL	http://www.suido-suji.com
会員数	118名
店舗数	116店舗（買回り品小売店43、最寄品小売店20、飲食店18、サービス店8、その他27）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	家族連れ、主婦、高齢者

商店街概要

水道筋商店街の歴史は1926年頃に遡る。千刈貯水池から兵庫まで送水管を引いた上に店舗が集まり、商店街ができ、神戸市内でも有数の商業地として発展した。

現在、水道筋と呼ばれるエリアには市場が集積しているが、水道筋商店街協同組合はその中でも中心的な存在を担っており、大勢の買い物客でにぎわいを見せている。商店街の周辺は、利便性の高い立地条件から、近年、若年ファミリー層を中心とした新住民が増えており、来街者は多世代にわたる。

片塩商店街
（片塩振興協議会）

奈良県大和高田市

！取組のポイント

片塩振興協議会、片塩まちづくり株式会社が両輪となって、「お年寄りに優しく、元気になる商店街」づくりを推進。

取組の背景

「お年寄りに優しく、元気になる商店街」を目指して

2010年に、これまで協働関係にあった大型店が撤退し、通行量の減少、商店街の空き店舗の増加が起こった。

そこで、2013年2月に片塩商店街のビジョンに関する来街者アンケート調査として、地域コミュニティニーズアンケートを実施（国の補助事業活用）。現状分析、課題の抽出を行った。また、商店街の方向性を考えるために、全国の成功事例とされている商店街を足繁く訪問した。

このようにマーケティング調査と視察を行い、商店街の置かれている状況とその打開策について検討を行った結果、活動の方向性を「お年寄りに優しく、元気になる商店街」と定め、その実現を目指し、空き店舗へのテナント誘致やイベントの実施を行うこととした。

取組の内容

ソフトとハードの面から高齢者を支援

「お年寄りに優しく、元気になる商店街」の実現にあたっては、ソフト面の事業だけではなく、増えつつあった空き店舗対策が重要であった。そこで、商店街の土地所有者の出資により、ハード面の活動の受け皿となる片塩まちづくり株式会社を設立した。

片塩まちづくり株式会社の設立により、商店街の土地所有者の協力を得られる体制が構築されたことで、これまでオーナーと出店希望者に任されていた出店交渉の仲介が可能になった。その結果、2013年2月に大型店撤退跡地へ大型スーパーが出店した効果と相まって、20店舗以上あった空き店舗が半減するなど、円滑な出店に結びついている。

また、高齢化率が高まる中、高齢者の来街に配慮した新たな事業も展開している。

具体的には、老化による体力の衰えを予防することを考え、地域の高齢者に健康維持や交流の場を提供する施設「片塩わかがえりーな」を国の補助事業を活用して2014年4月に開設。太極拳やヨガ、気功など、9種のスポーツ教室や、囲碁、筆ペン習字、切り絵など6種の文化教室には多くの利用者が集まり交流を深めている。

さらに、来街する高齢者が休めるよう、ベンチを多く設置し、四季の花を楽しめるミニ公園を作ったほか、防犯カメラの増設、街路灯のLED化、防犯関連情報放送設備の設置、アーケードの改修を行い、安心・安全で快適な商店街づくりを進めている。

「片塩わかがえりーな」

取組の成果

多様な人材が関与し課題解決に貢献

片塩振興協議会と片塩まちづくり株式会社が両輪となって実施しているソフト面とハード面の活動は、大きな効果を発揮している。

また、新設の「片塩わかがえりーな」については、2014年4月のオープン以降、周知が進むにつれ、利用が増えてきていることから、ニーズを的確に捉えられていることが分かる。

さらに多くの人の利用に結びつけられるように、高齢者が利用しやすい娯楽（囲碁、将棋など）などを実施する教室の開催も検討している。

また高齢性認知症は、適度な運動で防ぐ事もできることから、その運動指導員を養成する予定もある。

そして、春と秋に開催している「おかげ祭り」や、年3回の「片塩寄席」、3月の「ちゃんこ鍋の会」や、7月の「七夕祭り」など、恒例のソフト事業も以前より多くの参加者が集いにぎわいを見せている。

「片塩わかがえりーな」における体操教室の様子

実施体制

片塩振興協議会はソフト事業の実施を担い、片塩まちづくり株式会社は空き店舗対策の部分を担うことで、ソフトとハードの作業を分担している。

片塩まちづくり株式会社は、その出資者が商店街の土地所有者であることから、空き店舗のオーナーと出店希望者との間に入って交渉を行っている。同じ不動産オーナーという立場であることから、空き店舗オーナーとも話をしやすいため、出店交渉が円滑に進む原動力となっている。

キーパーソンからのコメント

左：片塩振興協議会　会長
布川　清澄
右：片塩まちづくり株式会社
代表取締役　酒本　昌彦

ショッピングセンターとは違う価値の創出

近くにある大型ショッピングセンターにはいくら努力しても勝てることはありません。これから30～40年、日本は世界一の高齢者社会になろうとしているのに、ショッピングセンターは高齢者に居心地の良い場所とは決して言えません。

商店街を高齢者が毎日でも来たくなる居心地の良い場所にしたいと思っています。来街して歩くだけでも元気になれる、新しく友人ができる場所が、今の日本では一番必要です。買い物が目的ではないですが、人が来れば買い物もついてきます。

元気になれる商店街へ

片塩商店街は「おかげ」精神が基本にあります。来街者が増えてくるとともに、各店舗一店一店が自分の店の思いを来街者にわかってもらえるようなディスプレイにして、心が通うようにしていきたいです。

また、店主はなるべく来街者と顔馴染みになり、色んな人間関係を作り上げ、常にまちを清潔にして、四季の変化を感じるような雰囲気を作ることで、何の用事もないが行きたくなるような場所にしたいです。商店街ウォーキングコースを作っており、1日4000mを目標に歩くことを勧めています。必ず元気になれます。

基本データ

所在地	奈良県大和高田市片塩町
人口	約7万人（大和高田市）
電話/FAX	0745-52-4189/0745-52-2382
関連URL	http://katashio.eemachi.com
会員数	85名
店舗数	85店舗（買回り品小売店14、最寄品小売店8、飲食店18、サービス店21、その他24）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	主婦、学生・若者、観光客（国内）

商店街概要

近鉄高田市駅周辺に位置し、古くより近隣住民の日常生活品を提供するとともに地域のコミュニティを形成してきた4つの商店街「片塩駅前商店街振興組合」「片塩本通り商店会（かたしお遊とおり）」「サンサン中通り」「片塩コスモス通り」が、2002年3月に、片塩振興協議会を設立した。

当協議会は、片塩カルチャーセンターの設置や、片塩楽市・おかげ祭り・片塩寄席・毎週水曜楽の市といったイベント事業など、にぎわい創出に向けた様々な取組を地域団体と連携し実施してきた。

出雲大社正門前商店街
（神門通りおもてなし協同組合）

島根県出雲市

！取組のポイント

観光地の商店街として接客スキルなどの向上、人材育成を図り、店舗の売上げ向上に貢献する事業を展開。

取組の背景

出雲大社への観光客増加にともなう対応

出雲大社には、縁結びを求めて各地から多くの観光客が訪れる。その観光客に対し、商店・商品の充実、駐車場の整備、接遇など、観光サービス水準の向上が必要とされていた。

参拝には出雲大社の横の駐車場利用が多く、商店街がある正門は以前は人通りが少ない状況であったが、道路整備などを行い、正門から入る動線への誘導を行った。

平成の大遷宮行事は2016年度まで続くが、その後も観光客の来訪を維持できるような取組が必要である。また、観光客が増えることで、出雲大社、歴史について聞かれる機会が増えたため、接客スキルの向上など、人材育成に取り組む必要もある。一方で、遠方の観光客のみならず近隣の地域からも来てもらえる、喜んでもらえるようなイベント活動による活性化も求められていた。

神門通り風景

取組の内容

おもてなしの精神を基本に様々な対策を実施

神門通りを訪れる観光客に対し、おもてなしの精神を統一したかたちで表すべく、通りに和風の灯籠を設置・点灯し、出雲大社の門前の雰囲気を創出。街区ポスター、おもてなしガイドには店舗の紹介だけでなく、出雲大社の参拝ガイドも掲載している。

また、旅行代理店などと連携し組合員店舗で利用できるクーポン券の利用を促進したり、従業員に出雲の文化・歴史についての学習、英会話、マナー向上に関する研修を実施したりしている。特に、出雲・出雲大社の歴史について学習する教育研修、航空会社CAを招聘しての接遇研修、インバウンド対策としての英会話研修など、地元の歴史・文化に関する素養を高め、観光客の満足度向上につながるよう努めた。

ユニークな取組としては、商店街と企業がコラボレーションし、神門通りの各店舗をマスに見立て来街者がリアルに「人生ゲーム」を体感する「神門通り縁結び人生ゲーム」を実施している。

縁結び人生ゲームの様子

取組の成果

近隣地域からの来街者が増加

「神門通り縁結び人生ゲーム」では、外的な効果として来街の少なかった近隣地域からの参加者が増えるなど地元への商店街のPRにつなげることができ、内的な効果としては開催へ向けて協議をする中で参加者同士の理解が深まり「商店街の一体化」につながった。

おもてなしガイドなどの作成により、来街者にわかりやすく情報を提供することで利便性の向上が図られた。マップとしての役割はもとより、デザイン性も良く、多くの観光客から所望されている。

実施体制

理事長の強いリーダーシップの元、理事会、事務局の他、総務委員会、販売促進委員会、環境整備委員会、広報渉外委員会、教育研修委員会、青年部、女性部の7つの委員会が構成されている。各委員会の活動内容は下記の通りである。

- 総務委員会…役員会、総会、理事会、店長会議の運営
- 販売促進委員会…商店街活性化のため人生ゲームの導入確立、「おつかれさまカード」の作成により短期間で急増した組合従業員の横のつながりを増進
- 環境整備委員会…出雲市、島根県と連携し、美観促進（景観協定による個店への指導）
- 広報渉外委員会…ホームページの作成、運営
- 教育研修委員会…従業員対象の"おもてなし"を実践する様々な研修会（歴史研究、伝統行事、接遇、外国語勉強会）・視察研修・カフェゼミの開催
- 青年部…新年会・納涼会の開催、「神門縁日」の主催
- 女性部…女性目線での事業提案、定例会の開催

各委員会が、それぞれの役割を持って、積極的に組合運営に参画している。こうした取組が功を奏し、本殿遷座祭終了後も多くの来街者が訪れ、成果につながっている。

店長会議の様子

キーパーソンからのコメント

神門通りおもてなし協同組合
理事長　田邊　達也

神門通り甦りへの歩み

出雲大社の表参道「神門通り」は100年の歴史の中で隆盛と衰退を経験しましたが、「平成の大遷宮」という神風のような追い風により、復活への狼煙が上がりました。

「よそ者、若者、ばか者」による民間が先行し、行政が後方支援をする「まちおこし」の形が創出されたことにより、20軒足らずだったお店は80軒に達し、来訪者も200万人ほどだったのが800万人を超えるまで増加し、いよいよ甦りの道を歩み始めました。

まちおこしからまちづくりへ

大変な隆盛を誇った通りが衰退したあと、それを甦らせることは、大変な苦労を伴いますが、どこか宝探しのような楽しさがあります。今はエンドレスの「まちづくり」へと移行し、主体は行政へと移りました。しかし、やはり主役は民間でなければならないと、当協同組合を設立。短期間での大きな変化、コミュニケーション不足など、問題は山積していますが、まちおこしと同じで、あれこれ考えるより挑戦してみる姿勢を大切にし、出雲大社の門前町にふさわしい「おもてなし」のあるまちづくりに邁進して参ります。

基本データ

所在地	島根県出雲市大社町杵築南
人口	約17万人（出雲市）
電話/FAX	0853-53-6031
関連URL	http://www.izumo-enmusubi.org
会員数	49名
店舗数	57店舗（最寄品小売店20、飲食店26、その他11）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	観光客（国内）、学生・若者、家族連れ

商店街概要

神門通りおもてなし協同組合は、「平成の大遷宮」の際に出雲大社の正門前に新規出店者が増加したことをきっかけに、2008年11名の有志により結成された「神門通り甦りの会」の組織を引き継ぎ、設立された。（神門通り甦りの会は現在も存続し、当協同組合と連携し、事業を実施している）出雲大社への入り込み観光客数は、2008年に約250万人、2013年の「本殿遷座祭」時は約800万人、2014年も664万人と好調を維持している。商店街は出雲大社正門前という絶好の立地条件を活かし、活動している。

平田本町商店街
（平田本町商店街振興組合）

島根県出雲市

！取組のポイント

商店街が主体となり、認知度の高いボードゲーム“人生ゲーム”を活かして、地域活性化に貢献。

取組の背景

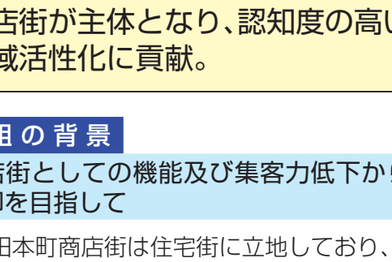
商店街としての機能及び集客力低下からの脱却を目指して

平田本町商店街は住宅街に立地しており、来街者は主婦・高齢者が中心である。日常性の高い買い物がメインであり、その交通手段は自家用車が中心となっている。

1975年頃から道路拡幅整備事業に合わせて周辺建物の整備を行い、広い道路と歩道に面した近代的商店街となったが、1992年の郊外型大規模店の進出をきっかけに、来訪者・車両交通量は大きく減少し、以降、閉店・廃業・移転などにより商店街機能・集客力が落ち込む結果となった。さらに、平日の来街者の多くは銀行の利用者であって買い物を目的に商店街に訪れる人は少ない。

こうした中で従来のイベントを開いても店に人が入らないため、その現状を打開しようと、認知度の高いボードゲーム“人生ゲーム”の活用に行き着いた。

“人生ゲーム”スタート・ゴール地点の賑わい



取組の内容

地域の商店街で繰り広げられるリアル人生ゲーム

商店街で開催される「バラ色の人生ゲーム」は実際の街をすごろく（人生ゲーム）のボード盤に見立て、参加者に疑似通貨を渡し、ゴールした段階での所持金の多さを競うゲームである。

ルーレットを回して、出た目の商店へマップを見て移動し、商店でのふれあいを楽しむようになっている。また、ゲームで使用する通貨単位を「○○万かざり」に設定し、店舗（マス）に平田一式飾り宿を組み込むことで、地域の伝統文化に触れる機会を創出した。

初開催した2013年の翌年には、平田本町商店街のある出雲市と、人生ゲームの生みの親である株式会社タカラトミー、結婚相手紹介サービス業である株式会社ツヴァイが連携し、官民連携での地域活性化事業「いずも縁結び人生ゲーム」プロジェクトが始動。第1弾として出雲大社の門前町で「「縁結び人生ゲーム」DE婚活ツアー」が開催された。

ここで、人生ゲームを開催していく中で、個々の店舗の課題や継続実施をしていく上での課題が明白となってきたため、解決に向けて「個店の宝」再発見事業を実施した。この事業では、人生ゲームを開催する前に、専門家に個店へ訪問して頂き、相談やアドバイスにより、「強み」や「特徴」（個店の宝）を再認識する場を設けた。

また、過去のイベントの実施状況などをまとめ、今後これらを継続的に行っていくための手法や商店街の課題などを話し合うワークショップを開催するとともに、近隣観光地との連携についても調査検討を実施している。

人生ゲーム参加者の様子

取組の成果

“あの店また行ってみよう”が増加

人生ゲームのイベントを2年間で合計3回開催したところ、イベントが楽しかったと答えた方は、毎回95%以上。回を重ねるごとに地域外からの参加者が増加した。初回は折込チラシを見ての参加が半数以上だったが、小学校へチラシを配布したところ、そこからの参加が増加し、3回目の開催時には半数以上が小学校配布チラシを見ての参加となった。

初回は買い物をする参加者が少なく、売上げにつながらなかったのが課題だったが、2回目以降は買い物をした参加者が半数以上に増加し、再来店したいと興味を示す参加者がほとんどであった。

実施体制

当組合の理事長が全体総括・協力機関との調整を行い、2名の副理事長がイベントや体質強化などの事業総括を行った。事務局長は事業経理総括を担当した。

協力機関としては、木綿街道振興会、栄町商店会、東本町商店会、元町商店会、ひらた中高年者まちづくり企業組合、一畑電車株式会社が挙げられ、他に高校生ボランティアからも協力を受けている。また、平田商工会議所、NPO法人21世紀出雲産業支援センターから企画・運営支援を受け、出雲市商工労働課からは調査支援を受けた。

人生ゲームは高校生ボランティアの協力などにより運営

キーパーソンからのコメント

平田本町商店街振興組合
理事長　平野　裕二

「平田一式飾」を活かしたテーマタウン構想の推進

1975年頃から道路拡幅整備事業に合わせて広い道路と歩道に面した近代的商店街となりました。今は、商店街の若手が中心になって「平田一式飾」の活用を考えたり、高齢者の買い物難民に対応するべく女性グループが仮設店舗でのイベント「ごちそう市」を毎週開催したりするなどして、商店街の活性化を進めています。

今回、出雲市重要無形文化財となった「一式飾り」を活用した全国初の取組「まちあそび人生ゲーム」を実施したことで、個店とまちの新たな魅力の発見につながりました。

地域伝統文化とまちあそびの融合

「まちあそび人生ゲーム」を通じて、今まで来たこともない商店街に、多くの友人同士や家族連れが訪れ、店員とルーレットでゲームを楽しみながら地域の商店の強みや魅力を知ってもらうことができています。ゲームの中に地域の伝統文化である「一式飾りのまち・平田」をPRする要素を取り入れ、地域ブランドの創出・伝承に取り組むことは、地域の活性化に効果的であると考え、継続していきたいと考えています。

基本データ

所在地	島根県出雲市平田町
人口	約17万人（出雲市）
電話/FAX	0853-63-4649/0853-63-4114
会員数	40名
店舗数	22店舗（買回り品小売店12、最寄品小売店2、飲食店5、サービス店2、その他1）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	主婦、高齢者、家族連れ

商店街概要

平田本町商店街は、島根県の東部に位置する旧平田市にあり、2005年の合併により、出雲市の一部となった。当商店街は、これまで200年の歴史を持つ地域の伝統文化「平田一式飾」を活かしたテーマタウン構想の推進や、商店街の女性グループ（アスティママ）が「ごちそう市」を毎週木曜日に実施するなどの取組により、商店街の活性化を進めている。2013年には地域商店街活性化事業の採択を受け、街歩きのツールとして「人生ゲーム」の要素を取り入れたイベントを初開催するなどの取組を実施している。

けん玉商店街
（廿日市駅通り商店会）

広島県廿日市市

！取組のポイント

地域資源である廿日市市発祥の「けん玉」を活用した商品開発やイベントにより、商店街振興に成功。

取組の背景

賑わいの創出と競合回避が必要

当商店街は、近年、空き店舗の増加により賑わいを失いつつあり、近隣におけるスーパーなどの出店による価格競争にも巻き込まれ、他の商店街や商業施設との差別化、競合回避を図ることが必要であった。このため、商店街全体に商圏を超えた競争優位性を持ったテーマを設定し、市内外から人を引き寄せる取組として、従来の季節ごとのイベント以外に、地元発祥で海外でもブームになっている「けん玉」という地域資源を活用して集客を促す必要があると分析。「けん玉」を活用した商店街振興に本格的に取り組むこととした。

取組の内容

「けん玉」を通じたプロモーション活動を推進

2014年4月、「けん玉商店街」という愛称に改め、加盟店内へのけん玉展示や、飲食店を中心とした新メニューの開発・提供、地元酒造メーカーとタイアップしたけん玉焼酎開発など、けん玉を通じたプロモーション活動を推進している。なかでも市の補助を活用して開発した「けん玉もなか」は、新たな名物として知名度を上げている。

けん玉をモチーフにして各店で色々な商品を開発

また、観光協会が主体となって開催した「けん玉ワールドカップ」に従来の商店街イベントを合わせ、連携することでの相乗効果を狙った。国の補助を活用した新たな集客イベントも実施し、予想を大きく上回る人出を記録した。

なお、多くの外国人の来客が予想されたため、英語版マップの作成、ベジタリアン向けメニューを提供する飲食店を分かりやすくするなどして、受入体制を整備している。当日は、外国人100名以上を含む約3000名をもてなした。

けん玉W杯では外国人プレーヤーのステージが盛況

取組の成果

テーマを絞り、知名度・集客性を向上

当商店街は、まずはテーマを「けん玉」に絞ることで地域独自の競争優位性を獲得した。また、この取組により生まれた賑わいを常時情報発信していくことで、マスメディアにも頻繁に取り上げられ、知名度・集客性を向上させている。

商店街全体の魅力向上により、けん玉専門店や総菜店の出店など、空き店舗の利活用も進んでいる。

2015年度は商工会議所と連携し「まちゼミ」を実施し、「家族みんなに親しまれること」を目指すけん玉商店街として、地域住民と商店との交流の機会も設けている。

現在、新たな取組として、若手経営者が中心となっている青年部が、市の補助制度を活用した空き店舗活用事業（レンタルスペース「はつなぐ」）を行っているほか、Facebookによる継続的な情報発信を行うことで、さらなる集客や実施体制の強化を図っている。

実施体制

けん玉商店街の主な組織は、青年部と女性部である。

青年部は、毎年7月開催の「七夕まつり」の企画運営などのほか、地元大学や高校と連携したイベント開催など、産学連携による地域振興にも力を入れている。対して女性部は、地元酒造会社とコラボレーションした婚活イベントや各種イベントへの出店など、女性同士の連携力を活かした事業を定期的に展開している。

各種事業実施に当たっては、市や商工会議所などの支援機関のバックアップ、観光協会や地元メディア（FM、新聞社）の協力を継続して得ており、国や自治体の補助も効果的に活用していくこととしている。

高校生による店舗壁面へのペインティング事業

キーパーソンからのコメント

廿日市駅通り商店会
会長　原田　智之

功を奏したこまめな情報発信

商店街の愛称を「けん玉商店街」にしてからは、あっという間に色々なカタチになっていきました。けん玉専門店のオープン、けん玉ワールドカップの開催、関連商品の開発と、想像以上の広がりを見せました。

同時に情報発信、特にフェイスブックやメディアへのプレスリリースに力を入れたことで、テレビや新聞などへの露出度が一気に高まり（対応は大変でしたが…）、短期間で認知度が上がりました。個店単位では難しい情報発信も、商店会全体で取り組むと効果が高いと実感しました。

「けん玉」というわかりやすいコンセプト

「けん玉」というわかりやすいコンセプトがあることで、商店街の会員内でイメージを共有しやすかったんだと思います。それぞれのお店が工夫をして、様々なオリジナル商品を開発しましたね。けん玉に関する小物や洋服をはじめ、けん玉もなかや焼酎、カクテルやチャーハン（！）にまで広がりました。

これからは各会員のアイデアや取組を、組織として情報発信やノウハウ共有などの面で支援していければ、一体感も高まり、もっと個性豊かな商店街になっていけるのではないか、と期待しています。

基本データ

所在地	広島県廿日市市廿日市
人口	約12万人（廿日市市）
電話/FAX	070-1873-1232
関連URL	www.facebook.com/201kendama http://hatsunagu.jimdo.com
会員数	58名
店舗数	80店舗（買回り品小売店15、最寄品小売店15、飲食店27、サービス店13、その他10）
商店街の類型	近隣型商店街
主な客層	会社員、高齢者、主婦

商店街概要

1969年に発足された廿日市駅通り商店会は、本市の玄関口の一つであるJR山陽本線廿日市駅、私鉄広島電鉄廿日市駅から国道2号線までの南北約500mの商店街である。最盛期の店舗数は100を超えていたが、高齢化や生活環境の変化にともない、賑わいが失われつつあった。

近年は、若手の経営者も徐々に増加し、地域資源の活用による商店街全体の活性化に向けた機運が醸成されつつある。

周南市中心商店街
（株式会社まちあい徳山）

山口県周南市

！取組のポイント

空き店舗への出店サポートを行い、3年で28店舗の新規出店が実現。
新たなコミュニティの形成へ。

取組の背景

商店街から相次いで大型商業施設が撤退

JR徳山駅東側には6つの商店街があるが、いずれも高齢の商店主が多く、後継者の不在などにより、店舗経営の将来像を描けない店舗が増えている。そのことが店舗改装などの新たな投資ができない要因ともなっており、商業空間として来街者のニーズに対応することができていなかった。

近年、周南市近隣には売場面積1万㎡以上の大型商業施設7店舗が立地する一方、中心商店街からは、大型商業施設が相次いで撤退していった。山口県東部唯一の百貨店が2013年2月に閉店したことで、商店街の集客の中核施設を失うこととなり、中心市街地の商業機能に深刻な影響を及ぼしている。

空洞化の状況

取組の内容

若い世代が出店し新たなコミュニティを形成

周南市は2013年度から中心市街地活性化基本計画に基づく取組を進めており、商業の活性化については、株式会社まちあい徳山が6つの商店街を総括する形で空き店舗への出店をサポートした。これにより、新規出店する若い世代が増え、新陳代謝が図られるとともに新たなコミュニティが形成され始めている。

新規出店者への支援証明書授与式の様子

また、市民ニーズが高いにもかかわらず商店街になかったカフェやライフスタイルショップを若手経営者と株式会社まちあい徳山が共同で出店するなど、まちの新しい価値創造に貢献している。その他、空きビルをリノベーションしてコミュニティスペースやトイレを整備するなど、商店街全体の活性化に取り組んでいる。

取組の成果

幅広い年代の客層が市外から来店

商店街に出店したカフェやライフスタイルショップは、女性を中心に幅広い年代の客層を集客しており、休日には市外からの来店も多い。

2015年7月にオープンしたライフスタイルショップ

また、リノベーションしたビルには、店舗や県内外からオフィスが順次入居しているほか、コワーキングスペースやコミュニティスペースの利用も順調に増えている。

これらの施設には、百貨店の閉店後、商店街内に不足していた清潔なトイレ、授乳室・おむつ替えシートも設置し、利用客も多い。トイレマップ製作・配布など、街なかの回遊性強化に向け様々なソフト事業も実施しており、来街者の新陳代謝も進んでいる。

実施体制

株式会社まちあい徳山は、商店街の若手商店主などを中心に組織されており、商店街で実施されるイベントなどにおいて商店街青年部をサポートしている。また、商店街の魅力を発見してもらうため、商店街を歩きながら店舗を紹介するイベントも開催している。

周南市は、株式会社まちあい徳山に出資（10万円、資本金総額の7.69%）するとともに、緊急雇用創出事業を活用した業務委託などにより、人件費や事業費を支援している。また、空き店舗への出店を促進するためのまちなか出店サポートセンターの運営費の補助、活性化イベントへの助成などの支援を行っている。

空き店舗への出店に向けた取組を進める

キーパーソンからのコメント

株式会社まちあい徳山
代表取締役　河村　啓太郎

高いポテンシャルを次の世代につなぐ

優れた都市計画のもとに発展してきた周南市中心市街地は、戦後70年を迎え、まさに今、更新期を迎えようとしています。弊社の企業理念は「人を、街をその気にさせる」であり、中心市街地の持つ可能性を周知し、活性化の新しいプレーヤーを街に呼び込むことに設立以来注力してきました。

おかげさまでこれまでの3年間で28店舗の出店をサポートすることができ、少しずつ活性化の次の担い手が集積しつつある状況です。少子高齢化社会の中で中心市街地が担うべき役割は「スモールビジネス創業の場」と捉え、他の地域にない高い可能性を持っていることを内外にPRしています。

「人間力のあるまち」へ

2018年に開業予定の「新しい徳山駅ビル」は、たくさんの来街者だけでなく、ビジネスチャンスを見出す新しいプレーヤーを呼び込むきっかけになると思います。あと約2年と短い期間ではありますが、駅ビルと街を有機的に結び、人の流れを創り出していきたいと考えています。そのためには人柄・能力・先見性に優れた人材の活躍が最も重要なファクターだと思いますので、街を想い、街を愛する人の輪を広げていくことにより一層力を入れていきたいと思います。

基本データ

所在地	山口県周南市みなみ銀座
人口	約15万人（周南市）
電話/FAX	0834-33-9612/0834-33-9613
関連URL	http://www.hp.machiai-tokuyama.com
会員数	177名
店舗数	334店舗（買回り品小売店92、最寄品小売店34、飲食店94、サービス店43、その他71）
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	主婦、会社員、高齢者

商店街概要

周南市は、海軍燃料廠の跡地に石油化学コンビナートが形成された重化学工業のまちとして発展し、JR徳山駅東側の6つの中心商店街（徳山みなみ銀座商店街、徳山銀座商店街、中央街、銀南街商店街、徳山糀町通商店街及びPH通り）は、かつては山口県東部を代表する商業地として栄えた。

近年、店舗の閉店が相次ぎ、2013年2月に山口県東部唯一の百貨店が閉店したことにより、かつての商店街の賑わいは失われている。そのような中、株式会社まちあい徳山は、「若い人たちがまちづくりを進めてほしい」との徳山商工会議所の意向を受け2010年に設立された第三セクターである。

道後商店街
（道後商店街振興組合）

愛媛県松山市

！取組のポイント

来街の吸引力となっている道後温泉本館の改修工事を控え、組合の連携を強化し、婦人部・青年部を中心に道後温泉周辺の観光資源への回遊性を向上。

取組の背景

「道後温泉本館建物」に依存しないまちおこし

明治のロマンを感じさせることを商店街の活性化の目標として、愛称は「道後ハイカラ通り」とし、温泉地の暖かさを持ちつつも高い志を目標に「温（ぬく）いこころのおもてな志（し）」を掲げている。現状としては道後温泉本館建物に隣接している道後商店街への来街理由は、「道後温泉本館建物が魅力的だったから」が最も多く65%を占め、道後温泉本館に大きく依存した観光地であることが言える。また、観光目的地は道後温泉周辺に限定され、その他の観光資源への回遊性は非常に乏しい状況となっている。道後温泉本館は1894年に改築したが、老朽化対策である本館保存修復工事期間中に観光客の来訪数を維持することが課題で、商店街の魅力の向上や、観光スポットを充実させ道後温泉周辺の観光資源への回遊性を図っていくこと、外国人客増加にともなう対応などが求められていた。

取組の内容

歴史ある道後の魅力を伝えつつ新しい挑戦

商店街の魅力創造と周辺観光資源への回遊の取組として、①一遍上人生誕地宝厳寺の再建とことばのまちづくり、②婦人部による美商女マップ作成・配布、③青年部による新しい道後への挑戦活動と外国人対応のFreeWiFiの整備、④村めぐり委員会の道後村めぐりを実施した。

①に関しては、国の重要文化財である木造一遍上人立像が焼失した事故の直後から発足した「もういっぺんプロジェクト」の一環として、一遍上人の起き上がりこぼし「もういっぺん」を一遍上人の念仏と復興への祈りを込めた手作りオリジナル人形として販売している。また、絵手紙の創始者である道後生まれの小池邦夫氏が、「道後はことばの源泉地」と唱えたことを受け、松山・道後を「あったまろーど」とし、道後商店街の柱掲示板に地元の人が書いた手がきの絵手紙約250枚を貼る「ことばのまちづくり」に取り組んでいる。

②に関しては、先進地ヒアリングを実施して内容を協議し、道後らしい美商女（おかみさん）との出会いとコミュニケーションを楽しんでもらおうと美商女マップの作成・PR・配布を実施した。

③に関しては、歴史ある道後の魅力を伝えるとともに新しい道後への挑戦を試行しており、「道後湯玉音頭・ボンダンス」の創作運動に取り組んだ。また、道後温泉本館と伊予鉄道道後温泉駅を結ぶ商店街内にFreeWiFiを整備。青年部が共通ロゴのステッカーを柱に貼り、外国人観光客らの利便性の向上と地域活性化を目指した。

④に関しては、観光スポットのすべてのスタンプを押せば道後村名誉村民証と記念品が贈られるスタンプラリーを実施している。順序は自由で有効期限もないので、一度に回りきれなくても次に道後に訪れたときに再チャレンジできる。

道後商店街

取組の成果

それぞれの取組が輪を広げ賑わいにつながる

①オリジナル人形の売上の半分は、宝厳寺再建とその門前の上人坂に足湯などの休憩スポットを設置する費用に充てる予定である。また、お寺の境内には本堂のほか一遍上人堂が完成し、新たな道後の観光名所が誕生した。

②マップの役割に関して来街者にアンケートを実施し、その結果をもとに毎年改善しているほか、現在はマップを用いて商店街内でのスタンプラリーを実施（景品は手作り人形）している。また、商店街のおかみさんたちを道後商店街だけでなく道後地区の観光資源として活用するため、積極的に広報し、来街者にアピールすることで、回遊のきっかけ作りや顧客満足度の向上につなげている。

③道後湯玉音頭・ボンダンスは輪が広がりを見せて松山の中央商店街や他の地域への交流のツールとなってきている。

④道後村の村民は現在2万7000人であり、今も増え続けている。

ボンダンス

実施体制

組合の組織は、理事会の縦割りの下部組織として婦人部・青年部がおり、且つ、より実効性を持たせるため各事業の予算・運用チェック・対策の検討を行う総務委員会があり、観光の推進・スタンプ事業・安全防災対応のための観光委員会、村めぐり委員会、自主防災隊などの横断的な組織が存在するマトリックス的な組織体制となっている。

なお、取組の①は道後商店街振興組合理事長・道後温泉旅館協同組合理事長・道後温泉誇れるまちづくり推進協議会会長を発起人として進めている。

キーパーソンからのコメント

道後商店街振興組合
理事長　三好　隆

宝厳寺の再建とことばのまちづくり

地域資源である宝厳寺が全焼し、国の重要文化財である木造一遍上人立像も失われ、それを契機に貴重な歴史の継承と道後温泉の活性化を図ろうと「宝厳寺の再建」に向けて地域一丸となりました。そこで、一遍上人の起き上がりこぼし「もういっぺん」で、逆境に転んでも起き上がる不屈の精神を手作りオリジナル人形に込め、宝厳寺の再建と新たなまちづくりに取り組んでいます。

また、絵手紙の創始者である道後生まれの小池邦夫氏の唱える「道後はことばの源泉地」は、人の心をあたためる「あったまろーど」として、道後の魅力発信と回遊の流れを作り始めています。

連携により「日本最古の道後温泉」を後世に

当組合では、理事会・婦人部・青年部を中心に、「日本最古の道後温泉」を心温まるおもてなしの観光地とするため、愛媛県や松山市といった行政、道後温泉誇れるまちづくり推進協議会や愛媛県中小企業団体中央会、道後温泉旅館協同組合などと一体となった活動を行っています。

「オール道後」の取組を、県内の商店街にも連携の輪を広げ、『次世代の100年の“景”』として、脈々と沸き立つ歴史ある温泉地「道後」を後世に伝え、残していきたいと考えています。

基本データ

所在地	愛媛県松山市道後湯之町
人口	約51万人(松山市)
電話	089-931-5856
会員数	62名
店舗数	64店舗（買回り品小売店3、最寄品小売店46、飲食店12、サービス店1、その他2）
商店街の類型	超広域型商店街
主な客層	観光客（国内）、学生・若者、観光客（海外）

商店街概要

道後商店街は、伊予鉄道の路面電車の終点・道後温泉駅から道後温泉本館を結ぶ約250mのL字型アーケードで、両側に約60軒の商店が連なっている。

特徴としては、道後温泉本館が明治時代に改築され、その門前市的に発展してきたことから、明治のロマンを感じさせることを活性化の目標としている。また、各店舗は朝9時から夜の10時まで営業をしており、浴衣姿で気の向くままにそぞろ歩きができる観光地商店街ならではの風景が楽しめる商店街となっている。

はりまや橋商店街
(はりまや橋商店街振興組合)

高知県高知市

！取組のポイント

イベントを中心とした様々なソフト事業展開で、老若男女問わず来街者と商業者の距離が非常に近い、心温まるコミュニティ空間を形成。

取組の背景

商店街の歩行者通行量が減少

2014年度のはりまや橋商店街の歩行者通行量は、2003年度に比べて、平日は88.8%、休日は57.9%にまで減少している。

また、全国に先駆けて人口減少が進む高知県であるが、高知市においても10年前より増加から減少に転じ、現在、人口減少と少子高齢化が急速に進んでいる。

2015年夏には上層居住型複合施設「帯屋町チェントロ」が、2016年度中には「新設図書館とこども科学館の複合施設」や「新資料館」などもできる見通しで、大規模公共施設による誘客効果が期待されている。しかしながら、これらはいずれも高知市中心商店街西エリアに位置し、東端にあるはりまや橋商店街では来街者の回遊性を高める取組が求められている。

取組の内容

住民参加型のイベントなどを多数実施

住民参加型のイベントや地域産品を取り扱ったイベントなど、あらゆる世代をターゲットにした地域色豊かでそれぞれ工夫を凝らした手作りイベントを多数実施している。また、あえてインターネットなどを使わず、「木々だより」というかわら版で四季それぞれの情報を発信しており、このような手作り感と商店街ならではのにぎわい作りが相まって消費者に支持され、連日多くの人で賑わっている。

具体的には、毎週金曜日に開催される「はりまや市」は、地域の野菜や海産物などを扱う20店ほどが出店するアーケード内の露天市であり、「はりまやサロン」は、近隣地域の燃料店が七輪を使ってレトロな食を提供し、同時にインターネットの体験教室などを行っている。また、2015年11回目の開催となった「まちなかいきいき百歳体操」は、近隣の福祉施設の旗振りのもとに当初5名足らずで始まったものが、徐々に賛同者を増やし、今では20名近くの高齢者を集める賑やかなトレーニングの場となっている。

商店街が賑わう「はりまや市」

「木々くらぶ」は、毎月第3木曜日に行われている童謡・唱歌を商店街で歌う集いであり、毎回100人近い人々が街中に歌声を響かせている。こうした小さな輪が地域の高齢者を巻き込み、コミュニティの場として大きなうねりを起こそうとしている。

ボランティアの演奏で童謡・唱歌を歌い集う「木々くらぶ」

取組の成果

平日の歩行者通行量が増加

商店街の実施する様々な手作りイベントは、あらゆる世代をターゲットにした地域密着型のものがほとんどで、商店街の魅力を伸ばす手段として非常に効果的であり、また、イベントの継続性や地道なアピールが功を奏し、現在は地域コミュニティの核として存在感を示している。

他の多くの商店街では歩行者通行量が減少する中、直近5か年を見ると、当商店街では比較的堅調に推移している。特に平日の歩行者通行量は増加傾向にあり、地域密着型の地道な取組の効果がうかがえる。

さらに、高知市全体及び中心商店街全体に比して空き店舗率が低く、地道な取組の成果の一つと言える。近年は、飲食店が中心ではあるが、「空いたら埋まる」好循環にある。

ラオスへの国際支援「はりまやストリートフェスティバル」

実施体制

当商店街においては、理事長が全体を統括し、高頻度で役員会や委員会を開催し、イベントごとに内容や役割分担などを決定している。同時に、かわら版を使った情報発信や地域サポーター及び支援機関などへの協力依頼、並びに各取組の資金計画なども同役員会を経ている。

他機関との連携も多数行っており、地域住民や企業などの地域サポーターと連携してイベントを運営している。また、必要に応じて専門家から助言をもらったり、行政機関（高知県経営支援課、高知市商工振興課）から運営支援を受けるなどしている。

キーパーソンからのコメント

はりまや橋商店街振興組合
理事長　山本　良喜

手作りにこだわって！

当商店街は観光名所“はりまや橋”の程近くにあり、本格的な木造のアーケードが特徴の商店街として地域に親しまれています。商店街の中程には150㎡程の広場があり、様々なイベントがここを中心に繰り広げられています。毎月第3木曜日には参加者100名ほどの高齢者を中心に童謡・唱歌を歌う集いの場“木々くらぶ”、毎週金曜日には商店街が賑わう“はりまや市”、高知商業高校がラオスに学校を建設する国際支援への協力“はりまやストリートフェスティバル”などの取組をしており、いずれも10年以上継続しています。

当商店街の特徴は、企画から設営まで手作りにこだわりながら自力で全ての運営をこなす事をモットーとし、継続することで組合組織の団結力を強化し、一過性で終わることなく地域と密着して取り組んでいることです。また、その他“100円商店街”“まちゼミ”など、地元で行う催事の殆どに参加して広く商店街をPRしています。

何度でも訪れたいまちへ

イベントが定着することにより多くの成果が得られています。イベントを通して周囲のサポーターから多くの賛同や感心が得られており、商店街へのテナントとしての入居希望者や入居者も徐々に増えています。今後の目標は、商店街をひとつのモールとして捉え、全店が協力して顧客に対し共通したより良いサービスを提供できるよう努めていきます。これらを通じて、空き店舗ゼロを目指し、バランスの良い店舗構成と安心・安全な何度でも訪れたいまちづくりに取り組んでいきます。

基本データ

所在地	高知県高知市はりまや町
人口	約33万人（高知市）
電話/FAX	088-882-4174/088-803-7239
関連URL	https://www.facebook.com/はりまや橋商店街-1546796288940501/
会員数	38名
店舗数	42店舗（買回り品小売店7、最寄品小売店35）
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	主婦、会社員、高齢者

商店街概要

はりまや橋商店街は高知市中心商店街の東エリアに位置し、JR高知駅までは約750m。国道や電車通りが十字に交差するはりまや橋交差点の四周には電停やバス停があり、交通の便が極めて良い。商店街の東端には「高知よさこい情報交流館」が、西端には“よさこい節”に合わせて人形が踊る「からくり時計」があり、日曜日にはアーケード内がよさこい鳴子踊りの演舞場となる。また、周辺には幕末に活躍した土佐の偉人「河田小龍」「長岡謙吉」「武市半平太」たちの屋敷跡もあることから、近年は県外客の来街が増加している。

下通商店街
（下通繁栄会）

熊本県熊本市

！取組のポイント

「ヒトにやさしいマチづくり」を目指し、近隣商店街や各種団体との積極的な交流や連携を図り、人々の笑顔を生むことで活性化につなげる。

取組の背景

外部団体と連携しながら今後の課題を把握

中心市街地の顔と言われた熊本市最大の下通商店街も、近年、郊外型大型商業施設の進出や商店街内での大型店舗の建替えにともなう通行量の減少・空き店舗の増加などが懸念されている。

こうした中、地元大学や経済団体などと連携して商店街の来街者調査を実施したところ、「良いもの（価値や接客力の高さ）を買いに来る」「気の合う仲間と集う場所を求める」という特性と「取組や事業の情報発信力不足」という課題が浮き彫りとなった。

「黙っていてもお客様が来てくれる時代は終わった」との危機意識から、下通繁栄会を構成する下通新天街・下通二番街・下通三番街・下通四番街の4つの商店街の連携のもと、少子高齢化などの社会課題の解決につながる多様なにぎわい創出に取り組み、愛される商店街の実現を目指している。

取組の内容

少子高齢化への対応や顧客満足度UPに向けて

当商店街は、「ヒトにやさしいマチづくり」をスローガンに、少子高齢化に対応した福祉・子育て支援事業をはじめ、交通券事業など、商店街のにぎわい創出だけでなく社会的課題の解決に資する多種多様な事業を実施している。

下通商店街のストリートファニチャーで休むご家族連れ

東日本大震災被災地応援プロジェクト
石巻の作家絵本の読み聞かせ

交通網が集中しているため交通渋滞が多く、細かい路地も多い。自分達のお店や路上で具合が悪くなられたお客様がでた場合、救急車が到達するまでに何かできないかと考え、組合店スタッフを対象に「医師によるお店でできるファーストエイド講座」を催した。

その中で、胸部圧迫による心肺蘇生法を学び、AED（自動体外式除細動器）の必要性を感じたが、夜間人口も多い商店街に24時間稼働可能なAEDが無いと知り、アーケード路上に4台のAEDを設置した。また、AEDが設置されるまでの期間に、管轄消防局にて普通救命救急士の資格を取った有資格者がアーケード内に20名誕生した。

そのほか、スマートフォンや最新アプリなどのデジタルツールを活用した「商店街・地域コミュニティ情報の発信」など、地域に密着した情報交流事業にも取り組み、地域コミュニティ形成の中心的な役割も果たしている。

また、熊本城の城下町かつ一番の繁華街である下通には毎年多くの外国人観光客が訪れており、そのお客様に対して、商品の良さだけでなくカスタマーサービスも満足して帰っていただくため、「6回コースの英会話の勉強会」を商店街にて展開中である。

さらに、「VMD研修」では視覚による購買動機の重要性を学び、個店のディスプレイ改善による売上の増加に活かされているほか、覆面調査でお店の改善を促す「ミステリーショッピングリサーチ活用勉強会」も展開している。

以上の事業を総称で「FACE to FACE コミュニケーション強化事業」としている。

顧客満足度UPのための対応を学び、実践し、同時に店舗間の親睦を深めていく事業である。

このように、状況に応じて前向きに常に向上心を持って取り組んでいるところである。

取組の成果

人々の笑顔を生むことで活性化につながり、来街者が増加

買物を楽しめる環境を整えたことで、郊外の大型商業施設へ流れていた子育て世代や高齢者の来街が増加している。また、近隣商店街や美術館とコラボした様々なアートイベントでは、子どもから高齢者までが笑顔と活気に溢れ、街が明るくなり、今まで知らなかったお店などへの来店動機にもつながっている。

実施体制

商店街内の事業部・青年部・女性部が連携をとり、様々な事業の企画運営を行っており、必要に応じて地元美術館や大学、商工会議所、行政、近隣商店街などと相互に連携した事業を展開している。

最近では、異業種交流や、組合員がチームを組んで、商店街のみならず未来の中心市街地を考える場に積極的に参加している。

日比野克彦プロデュース
サッカーW杯マッチフラッグワークショップ

キーパーソンからのコメント

下通繁栄会
事業部部長　長江　浩史

511m商店街の難しさ

下通は511mという長い通りです。そこに商店主が居る地元商店もあれば、ナショナルチェーンやオーナー不在のテナントも混在します。そんな環境の下、様々なイベントや事業の種類問わずに共通するのが、周知徹底の難しさです。このような店舗が増えると、何をするにも本部決裁を仰ぐ必要があり、時間を要します。つまり、下通として足並みを揃えるのが難しいということです。しかし、地道な打開策も同時に展開しており、それが、青年部が中心となって地域としてのコミュニケーションを図ることです。近隣の店舗同士が仲良くなれば、そこから情報の輪を広げることができます。事の大小に限らず、そういった地道な努力が必要であると、改めて感じています。

これからのコミュニティへ伝えること

様々な事業を構築してきましたが、その1つ1つをマチナカのインフラ整備として取り組み、お客様を迎え入れる準備は徐々に整ってきたと感じています。今後はその1つ1つをツールとして、如何に各組合店の売上につなげるかに限ると思います。いま我々は商店街の枠を超えた会合や勉強会を開いており、そこで聞こえてくるものや感じたことを前述の課題に当てはめてみると、意外に我々がしなければならないことが見えてきます。

つまり、既に次のステップに向かって歩んでいるのです。そのことを、我々はもちろんですが、築き上げる途中のコミュニティの中で伝え、組合店の売上増加、そして下通商店街の繁栄につなげていきたいと考えています。

基本データ

所在地	熊本県熊本市中央区下通
人口	約18万人（熊本市中央区）
電話/FAX	096-352-3377/096-352-3375
関連URL	http://shimotoori.com
会員数	154名
店舗数	190店舗（買回り品小売店67、最寄品小売店8、飲食店39、サービス店19、その他57）
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	会社員、学生・若者、家族連れ

商店街概要

下通繁栄会のある下通一帯は、もともとは加藤清正が熊本城の東側に作った武家屋敷と言われ、城下町として栄え400余年の歴史がある。道幅約15mの全蓋型アーケードを有する商店街で、近隣には官公庁や企業などが立地しており、地域経済の中心として発展してきた。下通を含む熊本市中心商店街へは、熊本市内だけでなく、市外からも買物や飲食のために来街するほか、アジアや欧米各国からの観光客も増えている。そのことを踏まえ、当商店街は、近隣の商店街とも連携し独自のイベントを実施するなど、商店街振興に取り組んでいる。

油津商店街
（油津商店街振興会）

宮崎県日南市

！取組のポイント

商店街の再生を託す人材を日南市が公募。強いリーダーシップと行動力により、衰退した商店街が若者がチャレンジする新しいまちに生まれ変わる。

取組の背景

商店街の衰退傾向が顕在化

かつて宮崎県南地区最大の市街地であった油津商店街は、空き店舗や空き地の増加、歩行者通行量や小売販売額の減少などの衰退が見られ、また、隣市などへの買い物客の流出など、環境は厳しさを増している。魅力ある商業環境や、居住環境の向上、日南市の玄関口としての魅力の形成やアクセスが課題といえるが、何よりもそのような状況が長く続いたことで市民の意識の中から「商店街」という存在が薄れてしまっていることが大きなマイナス要因と考えられる。現在、日南市中心市街地活性化基本計画（2012年11月～）に基づき、商店街の再生、市の商業活性化に向けて取り組んでいる。

少しずつ賑わいを取り戻してきた油津商店街

取組の内容

サポマネが中心となり、多数の取組に挑戦

日南市は、2013年4月に中心市街地活性化事業の一環として、テナントミックスサポートマネージャー（以後、サポマネと記載）を全国に向けて公募し、曖昧な目標設定ではなく明確なノルマとして「商店街に4カ年で20店舗の誘致」を課した。審査の結果、333人に登った応募者の中から、九州で複数のまちづくりコンサルティング業務の実績を持つ木藤亮太氏（当時38歳）が選ばれた。

木藤氏は家族とともに商店街の近くに移り住み、2013年7月1日からサポマネとして活動を開始。着任後すぐに、大人や子どもが集い、語り合う場として、空き店舗を活用した「Yotten（よってん）」をリニューアルオープンした。また、空き地の活用策として「油津アーケード農園」を設け、Yottenに集まる子どもたちが大根や人参の植え付けや収穫を行い、非常に話題を呼んだ。

その後、七夕祭り、ファッションショー、50mボウリング大会など一風変わった小さなイベントを繰り返しながら市民の関心を集め、復活が望まれていた「土曜夜市」を約20年ぶりに開催、これまで商店街に全く興味がなかった人々が商店街に参加するきっかけが生まれていった。

2014年3月には、商店街再生の事業に継続性を持たせるために株式会社油津応援団を設立、かつて市民の集いの場だった喫茶店をリノベーションし、「ABURATSU COFFEE」（カフェ）を開店させた。その後、豆腐販売店のプロデュースも行った。

中心市街地活性化基本計画において計画していた、行政主体の多世代交流施設と、民間主体の屋台村の建設と運営を、株式会社油津応援団が一体的に行う構想を掲げ、国の補助を受け、2015年11～12月に多世代交流モール（油津Yotten、あぶらつ食堂・4店舗、ABURATSU GARDEN・6店舗）が開業した。これらは、長年利活用に苦慮していたスーパー跡の大きな空き店舗を地元の杉を用いてリノベーションし、広い空き地にコンテナを用いた店舗を並べるという手法が特徴的である。デザイン性の高い空間をつくることで出店意向を集め、多世代のお客さまが集い、交流できる場所となっている。

商店街再生のきっかけとなった「ABURATSU COFFEE」

取組の成果

新しい店舗や空間が増え、それをきっかけに商店街が変化し始めた

「Yotten」や「ABURATSU COFFEE」を拠点に市民参加のきっかけをつくり、商店街の空気感を時間をかけて変えてきたことで、多世代交流モールのオープン後は、様々な市民が買い物や食事を楽しみ、イベント企画を持ち込み交流施設を利用するなど、昼夜問わず多くの来街者で賑わっている。

また、その後も出店意向の問合せが増え、さらにはIT関連企業の誘致先として空き店舗が活用されることにもつながってきた。

商店街や会員においても、サポマネ・木藤氏の就任後から徐々に参加が広がる市民に後押しされ、可能性を実感し、これまで以上に対話や議論が活発になるなど、主体的な動きに変化してきている。

実施体制

本事業においては、市から委託を受けたサポマネ・木藤氏が中心となって、現場の商店主や市民、市外からの応援者とともに、事業計画立案や実施を行っている。

一方でテナントミックスサポート事業委員会においては、木藤氏の活動の方向性や評価などをサポート、チェックしている。民と官の連携によって、基本的な長期計画を柔軟に修正しつつ、適したタイミングで適した内容の事業実施を行っていることが特徴となっている。

商店街再生に関わる官民一体となった様々なメンバー

キーパーソンからのコメント

日南市テナントミックス
サポートマネージャー
木藤　亮太

5年、10年後のまちづくりを考える

常に関係者間で交わしている言葉は「これまでになかった商店街再生に取り組もう」です。力を入れているのは、①まちの応援団づくり、②市民が応援したくなるコンテンツづくり、③公金に頼り続けない仕組みづくり、④まちの後継者育成の4点です。他所から来た人材がまちに住んでとけ込み、コミュニケーションの土台を築き、地域住民と同じ目線で対話を繰り返す。市民が知らないうちに巻き込まれ、まち（商店街）が生まれ変わっていく。商店街のための商店街再生ではなく、小さな地方都市の今後5年、10年のまちづくりがどうあるべきかを常に考えながら取り組んでいます。

今はまだ基礎が築かれたに過ぎない

サポマネの存在や4カ年で20店舗という数値目標が取り沙汰されますが、決してそこがゴールではありません。新規出店やイベントの復活は進んでいますが、それが最終目標ではなく、新旧の商店主がどのようにコミュニティをつくり、まちを経営していくのかがこれからの大きな課題です。今はその基礎が築かれたという段階。これまでに関わってきたそれぞれの主体が、対話を繰り返し、関係をつくっていく。歯が欠け落ちていた歯車が、様々な市民の関わりによって再生し、「もう外部人材の力に頼らなくても大丈夫」と歯車が再び自走し始めることが大きな目標です。

基本データ

所在地	宮崎県日南市岩崎
人口	約5万人（日南市）
電話/FAX	080-9054-4339（油津Yotten）
関連URL	http://www.aburatsu-o.com
会員数	31名
店舗数	34店舗（買回り品小売店13、最寄品小売店3、飲食店11、サービス店4、その他3）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	家族連れ、高齢者、学生・若者

商店街概要

日南市には飫肥城下町や鵜戸神宮などの観光地、自然、農林水産物などの地域資源も豊富で、さらには、外国クルーズ船の来航なども相まって、年々観光入込客数は増加している。当商店街のある中心市街地は港とJR油津駅を結ぶ動線上に形成され、それぞれから概ね1km圏内で、住居系と商業系の用途地域から構成されている。区域内に立地する2つの大型店（日南山形屋、日南サピアショッピングセンター）と、3つの商店街（油津一番街商店街、岩崎商店街、岩崎2丁目商店会）などに加えて、スーパーとむら油津店が開店し、商業集積が高まっている点が特徴である。

北田・大手町商店街
（北田・大手町商店街振興組合）

鹿児島県鹿屋市

！取組のポイント

「水と緑と文化が融合した人に優しい湧水商店街」をテーマに、
多様な実施主体の声を集約した商店街づくりへ。

取組の背景

顧客アンケートから今後の方向性を検討

2007年4月、北田・大手町商店街に隣接して開設した複合交流センター「リナシティかのや」は年間約140万人の集客があるが、商店街への回遊性の向上が図られていない。

また、1979年度に改築された商店街のアーケードが老朽化し、崩落の危険があることから、上屋の撤去が喫緊の課題となっていた。

来街者アンケート調査の結果、地域住民が商店街に望むキーワードは「湧水」、「緑」、「文化」、「食」や「リナシティかのやからの誘導導線の整備」、「街路灯又は防犯灯の設置」、「防犯カメラの設置」などに集約された。また、市民参加型イベントの開催、休憩所の設置、子どもたちが集まれる場所の確保、既存の公園などの活用など、商店街の清涼感と潤いの演出及び安全・安心な環境に配慮した商店街の整備が望まれていると分析している。

取組の内容

様々なイベントや施設を設置した「優しい」商店街の設計

地域商店街活性化法の認定を受け、「水と緑と文化が融合した人に優しい湧水商店街」をテーマに、アーケード（パーゴラ形式）改築、ナノミスト設置、LED街路灯設置、放送設備設置、防犯カメラ設置を実施。さらに、住民アンケート調査、歩行者通行量調査、子育て支援施設ニーズ調査などの各種調査事業も行い、取組に生かしている。

また、地域資源を生かしたイベントの開催など、商店街の機能強化と活性化を目指した取組を行っている。例えば、5月のリナフェスタ、7月の六月燈（地域の夏祭）、8月のリバーサイドビアパーティ・夏まつり、11月のイルミネーションの飾り付け・新酒まつり・秋まつり、12月のクリスマス大パーティなどのイベントを様々な団体と連携し開催することで、集客に努めている。

ナノミスト・グリーンカーテン

新酒まつり（歩行者天国）

2016年1月には、商店街の回遊効果を高めるため、空き店舗において、街のにぎわいづくり協議会（鹿屋市が店舗運営を委託）、かのやんがーる（鹿屋市在住女性グループ）と連携した市民協働ショップ「KITADA SARUGGA（キタダ サルッガ）」をオープンし、商店街はそのビルの管理運営を行っている。「KITADA SARUGGA」は「創業・起業を目指す女性や若者を支援・育成する拠点及び中心市街地の歩きたくなるまちづくりの活動拠点」をコンセプトとしており、地域社会への貢献が期待される。

「KITADA SARUGGA」

取組の成果

イベントの魅力、告知力が増大

複数の団体と共同でイベントを開催することでイベントは大型化し、魅力も大きくなり、告知力も増大した。商店街が前向きに取り組みはじめた熱意が、若き後継者たちにも伝わり、地元を離れていた後継者が戻ってきたという例も出てきている。

ハード事業やソフト事業を実施することによって、市民の方々の商店街への注目度や期待感が高まり、他団体による単独イベントも開催されるようになってきた。また、「KITADA SARUGGA」の開設により、イベント時における「リナシティかのや」からの回遊性も高まってきた。

実施体制

中央地区青年部及び街のにぎわいづくり協議会の委員は、若者を中心に構成されており、若者の意見を反映しながら企画運営を行うことによって若者が参加・集客するイベントの開催や計画づくりを進めることができている。若手は中央地区青年部に26名が参加し、女性も街のにぎわいづくり協議会に4名の委員が参加している。

市民協働ショップ「KITADA SARUGGA」は、街のにぎわいづくり協議会が店舗運営、かのやんがーるが店舗内でのイベントなどの企画を行うことで、連携しながら事業を進めている。（2016年度からは、街のにぎわいづくり協議会に代わって北田・大手町商店街が店舗運営を行う。）

キーパーソンからのコメント

北田・大手町商店街振興組合
理事長　前田　数郎

地域資源を活かす取組

取組のポイントは、中心市街地の活性化の核施設として整備された「リナシティかのや」から商店街への回遊性が図られず活性化に至っていないことや、アーケードの屋根の老朽化が著しく崩落の危険もあったことから、屋根を撤去しパーゴラ形式に改築して、地域資源である「湧水」、「緑」を活かした安全・安心で人に優しい歩道空間の整備に努めたことです。

また、ソフト事業は、組合員が少ないことから、市民や各種団体などの協力を得て、市民参加型のイベントの開催に取り組みました。

活動拠点としての機能強化に向けて

今後は、グリーンカーテンと併せて花の植え付けなどを行い、商店街の環境整備に努めるとともに、「KITADA SARUGGA」の2階に子どもの支援施設を含めた交流の場を整備し、「歩きたくなるまちづくりの活動拠点」の機能を確かなものにしていきたいと考えています。

また、鹿屋市や街のにぎわいづくり協議会、株式会社まちづくり鹿屋などとの連携と市民の参加を得ながら、イベントやワークショップなどを開催するなど、来街者の増加、回遊性の向上に努め、商店街の活性化に取り組んでいく所存です。

基本データ

所在地	鹿児島県鹿屋市北田町
人口	約10万人（鹿屋市）
電話/FAX	0994-45-6004/0994-45-6021
関連URL	http://ja-jp.facebook.com/kitadasyoutengai
会員数	14名
店舗数	10店舗（買回り品小売店3、最寄品小売店2、飲食店3、その他2）
商店街の類型	地域型商店街
主な客層	会社員、主婦、学生・若者

商店街概要

北田・大手町商店街は、昭和40年代に北田銀座街としてアーケードが設置され、大隅半島の経済の中心、物資の集散拠点、広域的な交流拠点として発展した。しかし、昭和50年代後半になるとモータリゼーションの進展などにより郊外部への大型店舗の進出が相次ぐとともに、中心市街地の人口減少により、衰退化が顕著になった。このような中、地域商店街活性化法の認定（2012年4月13日）を受け、湧水を活用したナノミストの設置や緑化事業、各種イベントの取組、フェイスブックによる情報発信を行いながら、商店街の活性化を図っている。

プラザハウスショッピングセンター
（プラザハウステナント会）

沖縄県沖縄市

！取組のポイント

沖縄市の歴史文化を象徴する「琉米文化」を資源として活用し、
沖縄市全体のイメージアップ及び波及効果の創出に貢献。

取組の背景

テナント会全体で商業環境の変化に対応

プラザハウスショッピングセンター（SC）は、戦後米軍統治下の沖縄で駐留米軍関係者の消費ニーズに舶来品等を提供する日本初のSCとして誕生した。

その後、琉球・沖縄の文化とアメリカ文化が混在する「琉米文化」を象徴する施設として、地域における歴史的商業施設となっている。

一方、周辺近隣市町村において大型小売店の進出が相次いでいるほか、消費者の意識・嗜好の変化など、商業環境は大きく変化している。特に2015年4月、本施設に隣接（約500m、徒歩6分）する北中城村に大型ショッピングモールがオープンしてからは、テナント会内の問題意識が高まっており、テナント会全体で魅力向上に取り組んでいる。

具体的な方向性として、創業61年の老舗として受け継いできた「琉米文化」のイメージを資源として活用することをコンセプトに、イベント実施や空間演出を行っている。

創業当時のプラザハウスSC

60周年のイベント

取組の内容

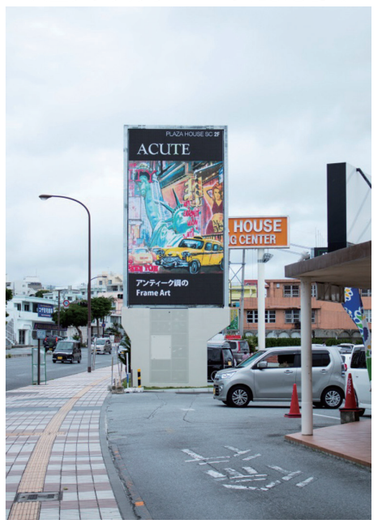
「琉米文化」のアンテナショップ開設で効果的なPRを実施

2014年度に国の補助事業を活用して整備したアンテナショップ「Rycom Anthropology」では、「琉米文化」、「ミッドセンチュリーモダン文化」を体感できる常設展、展示会、イベント等を実施し、集客効果を生み出している。

また、国道330号線沿いへ大型デジタルサイネージを設置し、大型ショッピングモールの出店をきっかけに増加した通行者への効果的なPRを行っている。

アンテナショップ「Rycom Anthropology」

大型デジタルサイネージによる広報



取組の成果

「琉米文化」のポテンシャルを再確認 コンセプトのさらなる深化、発展を目指す

「Rycom Anthropology」がオープンし、「琉米文化」を資源として発信することで新たな集客拠点となる可能性があると実感を得たことから、今後は商業施設全体で「琉米文化」を核としたソフト事業や施設整備を実施し、統一感のあるショッピングセンターとしてさらなる魅力向上を目指す。

また、2015年度には、現状分析や課題抽出について客観的なニーズ・マーケティング調査を実施しており、今後、当該調査結果を踏まえて、施設全体のブランド力強化に取り組む予定となっている。

テナント会では、創業当時、アメリカの黄金時代と夢を共有した地域のランドマーク的な商業施設として、今後も“琉米文化の発信拠点”の役割を強化していく予定である。

実施体制

当テナント会においては、毎月1回若手リーダーが参加する「テナントショップマスター会議」を開催しており、各店舗の顧客から寄せられた要望・クレーム情報の共有や、毎月の集客数、各店舗の売上報告、前年実績比較及び次月の販売促進内容についての検討などを行っている。

施設全体における集客・販売促進企画に関しても株式会社プラザハウスと一体となった実施体制を構築して積極的に取り組んでいる。

中心市街地活性化協議会幹事会にプラザハウスSCが参画していることもあり、沖縄市とも活性化に向けて日頃から頻繁に情報・意見交換を行っている。また、テナント会の店舗魅力向上や新規出店等に対する取組に対し、指導・助言や財政支援等が行われている。併せて、「沖縄市工芸フェア」等のイベント事業を共同で開催するなど、中心市街地活性化を図る上で重要なパートナーとなっている。

キーパーソンからのコメント

プラザハウステナント会
世話役長　仲本　清次

個性とハーモニーを大切に

当テナント会は各店舗のオーナーが集い、毎月一回の定例会を実施。売上状況や集客、売上向上と施設の活性化に向けて話し合いを重ねています。施設を取り巻く商圏の環境は年々激しく変化しますが、業種も様々なオーナーの皆さんとのコミュニケーションを大切にすることで、商店街組織としてのチームワークを強化してきたと自覚しております。特に2015年4月、近隣に大型ショッピングモールが開業したことにより、以前に増して連帯感が強まり、現状分析や課題解決に対する意識もより高くなったと確信しております。

プラザハウステナント会
テナント会事務局　友寄　亮

旅するショッピングセンターのおもてなし

創業1954年、三世代に渡るお客様がご来場される歴史ある当施設には、この地域らしい異国情緒が求められており、「旅するショッピングセンター」をコンセプトにイベントや販売促進、施設内の演出や装飾を手がけています。私たちテナント会員も、商業を通して幅広い好奇心と興味を持ち続け、培った歴史を大切にし、文化を発信し、そしてエキゾチックであることを忘れずに、これからも夢を育み、お客様のライフスタイルをより豊かにするショッピングセンターでありたいと考えています。

基本データ

所在地	沖縄県沖縄市久保田
人口	約14万人（沖縄市）
電話/FAX	098-932-4480/098-933-7511
関連URL	http://plazahouse.net
会員数	40名
店舗数	40店舗（買回り品小売店24、飲食店12、サービス店4）
商店街の類型	広域型商店街
主な客層	会社員、主婦、家族連れ

商店街概要

沖縄市中心市街地は、戦後、アメリカ軍嘉手納基地の基地経済を背景として発展しながら、琉球文化とアメリカ文化が融合した独自の「琉米文化」を形成してきた。そうした歴史的経緯の下、駐留アメリカ軍関係者の消費ニーズにも対応する商業施設として、1954年にプラザハウスSCが開業した。

その後、同SCに出店するテナントが、共同繁栄と株式会社プラザハウスとの緊密な連携を目的として、1997年にプラザハウステナント会を設立。来場者は1日約2700名で、約7割が沖縄県全域の住民、3割は県外・国外観光客となっている。

事業者・商店街一覧表（索引）

はばたく商店街30選

掲載商店街一覧表（あいうえお順索引）

番号	商店街名	所在地	頁
1	油津商店街振興会	宮崎県日南市岩崎	428
2	石山商店街振興組合	滋賀県大津市粟津町	404
3	稲毛商店街振興組合	千葉県千葉市稲毛区稲毛	382
4	伊那まちの再生やるじゃん会	長野県伊那市荒井	390
5	宇奈月温泉自治振興会	富山県黒部市宇奈月温泉	396
6	円頓寺商店街振興組合	愛知県名古屋市西区那古野	402
7	片塩振興協議会	奈良県大和高田市片塩町	412
8	加茂市五番町商店街振興組合	新潟県加茂市五番町	386
9	北田・大手町商店街振興組合	鹿児島県鹿屋市北田町	430
10	京都向日市激辛商店街	京都府向日市寺戸町山縄手	406
11	剣吉商店会	青森県三戸郡南部町大字剣吉字上平	376
12	駒川商店街振興組合	大阪府大阪市東住吉区駒川	408
13	栄町商店街振興組合	愛知県名古屋市中区錦	400
14	下通繁栄会	熊本県熊本市中央区下通	426
15	神門通りおもてなし協同組合	島根県出雲市大社町杵築南	414
16	水道筋商店街協同組合	兵庫県神戸市灘区水道筋	410
17	商店街振興組合高崎中部名店街	群馬県高崎市鞘町	380
18	多治見ながせ商店街振興組合	岐阜県多治見市本町	398
19	道後商店街振興組合	愛媛県松山市道後湯之町	422
20	沼津あげつち商店街振興組合	静岡県沼津市上土町	394
21	廿日市駅通り商店会	広島県廿日市市廿日市	418
22	発寒北商店街振興組合	北海道札幌市西区発寒	374
23	はりまや橋商店街振興組合	高知県高知市はりまや町	424
24	平田本町商店街振興組合	島根県出雲市平田町	416
25	富士吉田市商業連合会	山梨県富士吉田市下吉田	388
26	プラザハウステナント会	沖縄県沖縄市久保田	432
27	株式会社まちあい徳山	山口県周南市みなみ銀座	420
28	モトスミ・ブレーメン通り商店街振興組合	神奈川県川崎市中原区木月	384
29	ゆりの木通り商店街	静岡県浜松市中区田町、神明町	392
30	横手駅前商店街振興組合	秋田県横手市大町	378

お問い合わせ先

はばたく中小企業・小規模事業者
お問い合わせ先

経済産業省

中小企業庁	経営支援部技術・経営革新課	☎ 03-3501-1816
北海道経済産業局	産業部産業振興課	☎ 011-709-1728
東北経済産業局	産業部産業振興課	☎ 022-221-4906
関東経済産業局	産業部産業振興課	☎ 048-600-0303
中部経済産業局	産業部産業振興課	☎ 052-951-0520
近畿経済産業局	産業部産業課	☎ 06-6966-6021
中国経済産業局	産業部産業振興課	☎ 082-224-5638
四国経済産業局	総務企画部総務課	☎ 087-811-8503
九州経済産業局	産業部中小企業課	☎ 092-482-5447
沖縄総合事務局	経済産業部地域経済課	☎ 098-866-1730

はばたく商店街
お問い合わせ先

経済産業省

中小企業庁	経営支援部商業課	☎ 03-3501-1929
北海道経済産業局	産業部流通産業課商業振興室	☎ 011-738-3236
東北経済産業局	産業部商業・流通サービス産業課	☎ 022-221-4914
関東経済産業局	産業部流通・サービス産業課商業振興室	☎ 048-600-0317
中部経済産業局	産業部流通・サービス産業課商業振興室	☎ 052-951-0597
近畿経済産業局	産業部流通・サービス産業課	☎ 06-6966-6025
中国経済産業局	産業部流通・サービス産業課	☎ 082-224-5653
四国経済産業局	産業部商業・流通・サービス産業課	☎ 087-811-8524
九州経済産業局	産業部流通・サービス産業課	☎ 092-482-5455
沖縄総合事務局	経済産業部商務通商課	☎ 098-866-1731

編集　中小企業庁
2016年5月発行
〒100-8912 東京都千代田区霞ヶ関1-3-1
電話03（3501）1511
http://www.chusho.meti.go.jp/

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。