

子どもたちが商店街で販売体験&魅力を PR 子どもたちの笑顔が地域を活性化する 【京都府京都市】

～こどもたちの笑顔がメッセージ～出町桝形サテスタ×京極マルシェ

事業実施主体：桝形事業協同組合



桝形事業協同組合 専務理事の田中啓史さん

京都市上京区にある出町桝形商店街は、京都でも有数の規模を持つ商店街である。東は鴨川や京都大学、西に同志社大学、南は京都御所に囲まれ、歴史と文化を色濃く感じさせる

地域でもある。出町枳形（ますがた）商店街は出町商店街の中にあり、生鮮食料品や日用雑貨品の店を中心に、市民の生活を支える商店街として親しまれてきた。しかし近年、来街者の高齢化、近隣に商業施設が増えて客足がそちらへ流れてしまうなどといった課題を抱えている。

このような状況の中で出町枳形商店街は、「活性化のカギを握るのは、次の世代となる子どもたち」であると考え、子どもたちを中心に地域の人たちを巻き込み、商店街で楽しんでもらえるイベントを企画した。この取り組みによって地域とのつながりが生まれ、世代を越えて楽しんでもらえる商店街づくりに向けて一歩踏み出すことができた。



出町枳形商店街

背景・課題

魅力的な立地ながらも、コロナ禍や高齢化で地域の活力が低下

出町枳形商店街は「枳形アーケード街」として市民に親しまれている。映画館、ギャラリー、カフェなどといった個性的な飲食店もあり、アーケードの下で昭和・平成・令和が共存している人情味あふれる商店街である。鴨川デルタや下鴨神社に近く、散歩のついでに立

ち寄れる魅力的な立地でもある。しかし、常連客の高齢化が進んでいること、近隣に大型商業施設が増加して客足がそちらに流れていることなどから、来街者が減少傾向にある。この状況を打開するために広告宣伝を行いたい、新しいイベントに取り組みたいと思いつつ、なかなか実行に移すことができず、既存イベントの繰り返しになってしまっていた。

ここ数年はコロナ禍で京都市全体の観光産業が落ち込む中、近隣住民にもその影響が現れ地域全体の勢いが弱まっている。住む人がなくなった一戸建ての住居を取り壊してワンルームマンションが建つなど、周辺的环境も大きく変化してきた。

このような状況の中で商店街を活性化させていくためには、商店街の魅力を積極的に発信していく必要がある。組合員の力だけで情報発信するには限界があるため、補助金を活用してプロと連携するのが効果的なのではないかと考えた。さらに、商店街からの一方的な情報発信に終わるのではなく、地域全体を巻き込んでいくことも重要である。「商店街は生活に密着したコミュニティで成り立っているので、地元ラジオ局のリスナーさんを巻き込みながら、商店街の魅力を発信しようと思いました」と話すのは、専務理事の田中啓史さんだ。「そこに、小学生の販売体験を盛り込むことで、お客さんと接する楽しさや、金銭の受け渡しを通じて経済活動が学べる場として、商店街をアピールできると考えました」そこで、田中をはじめとする形事業協同組合は、地元の小学生に楽しく販売体験をしてもらい、教育、コミュニケーションの機会を作るとともに、商店街に親しみを持ってもらう取り組みを企画した。

取組内容

子どもたちの体験活動を通して、地域全体を巻き込んでいく

商店街の魅力を広く発信し、来客数を増やすことを目的として、4つの事業を行なった。一つは、地元の京極小学校の児童たちによる「京極マルシェ」である。1月14日と21日の14時から16時にかけて、商店街内に設置した特設会場にて、商店街加盟店の選りすぐりの商品を小学生が販売した。それぞれの商品の魅力を子どもたち自身の言葉で伝えながら接客し、金銭の授受を通じて経済活動を学ぶきっかけにもなった。

二つ目は「出町桝形サテライトスタジオ」の開設である。KBS京都のパーソナリティとアナウンサーが日替わりで登場するラジオ番組を、商店街内限定で放送するというもの。放送は4日に分けて行われ、1月13日は梶原誠さん、1月14日は久米村直子さん、1月20日は山崎弘士さん、1月21日は遠藤奈美さんがDJを務め、14日と21日は小学生による

DJ 体験も行われた。ラジオ放送に合わせて、出町桝形商店街の思い出やリクエスト曲を募集し、応募の中から抽選で選ばれた人に地元の銘品（京野菜詰め合わせ・京赤地鶏もも肉・京都のお酒・京漬物詰め合わせ）をプレゼントした。

三つ目は「ラジオ特別番組の放送」。ラジオ番組『山崎弘士の GOGO リクエスト』（1 月 28 日 15 時～16 時）内で、山崎弘士さんがイベントの様子を含めた出町桝形商店街の魅力を生放送で紹介したほか、桝形事業協同組合の梅垣理事長も出演し、商店街の魅力について話した。

四つ目は、「出町桝形フォト&メッセージ」である。出町桝形商店街の思い出メッセージや写真を募集し、会場に設置したメッセージボードに貼り出した。イベント会場でのメッセージ記入、写真持ち込みのほか、KBS 京都のサイト内に設置した応募フォームからも募集し、メッセージや写真を応募した人の中にも、抽選で上記銘品を進呈した。



左：京極マルシェで販売する小学生たち 中央：出町桝形サテライトスタジオ 右：雪遊び広場 右：出町桝形商店街の思い出を貼り出したメッセージボード

将来の構想

商店街活性化の資源は豊富。連携して発展させていく

「京極マルシェ」での販売活動を通して、小学生が商店街の商品の魅力を知るとともに、接客の楽しさや経済活動を学ぶことができ、参加した小学生からも「楽しかった」との感想が寄せられた。京極小学校には、3 年生の授業に「地元の商店街を盛り上げよう」というカリキュラムが組み込まれている。これまでも各店舗での販売体験やポスター制作などを行ってきたが、今事業を機に、飲食店と小学生とのコラボによる商品開発やレシピ考案など、もう一步踏み込んだ協業ができるのではないかと話し合った。

サテライトスタジオの開設や公開放送については、机を店頭に置くというレイアウトが功を奏し、DJ とリスナーの距離が縮まって交流が生まれた。商店街の良いところをアンケートに取って発表したり、リスナーが飛び入りでインタビューを受けたりして大いに盛り上

がり、訪れた人たちがそれぞれに SNS で発信することで普段アプローチできない層にも商店街を認知してもらうことができた。反省点は、近隣住民にとって普段と違う音が騒音と捉えられたことであり、今後の開催に生かしていきたいと考えている。

今事業を終えて、田中さんは「地域、小学校、地元メディア、行政がそれぞれに興味深い取り組みを行っており、商店街活性化の資源は豊富にあることが分かりました」と話す。「各団体の連携を深めることで、大きな予算をかけなくても、効果的な取り組みをしていくことは可能です」今後も地域と連携し、相乗効果を高めながら商店街を活性化させていきたいと田中さんは考える。



左：「京極マルシェ」で販売体験をする小学生 右：ラジオ特番『山崎弘士の GOGO リクエスト』の生放送の様子

まとめコメント

- 出町枳形商店街は立地に恵まれ、魅力的な店舗もたくさんあるが、少しずつ活気が失われている。再び賑わいを取り戻すため、地域の子どもたちを巻き込んだイベントを企画した。
- 京極小学校の児童による販売体験「京極マルシェ」を行い、子どもたちに商店街の商品の魅力を知ってもらい、接客や金銭の授受を通じて楽しく経済活動を学んでもらうことができた。
- 商店街内にラジオのサテライトスタジオを設置。DJ が観客と交流しながら商店街を盛り上げ、魅力を発信。小学生の DJ 体験も行った。
- 地元ラジオ局で出町枳形商店街の魅力を PR する特別番組を放送。多くのファンから反響があった。
- 地域・小学校・地元メディア・行政とうまく連携し、活性化に向けた取り組みを継続していく。

データ

事業者名	枳形事業協同組合
所在地	京都府京都市

商店街の種類	地域型商店街
組合員数	43 名
主な業種構成	アパレル・小物、飲食、雑貨、食料品・惣菜、書店、薬局・病院、サービスなど
電話	075-708-5899
URL	https://masugata.demachi.jp/

京都府京都市	人口：1,445,577 人 世帯数：738,848 世帯 出典：京都市 統計ポータル（令和 5 年 2 月）
--------	--

～こどもたちの笑顔がメッセージ～出町桝形サテスタ×京極マルシェ

事業実施主体：桝形事業協同組合
事業実施箇所：京都府京都市
商店街店舗数：41店舗

- 京都市上京区にある出町桝形商店街は、京都でも有数の規模を持つ商店街であり、東は鴨川や京都大学、西に同志社大学、南は京都御所に囲まれ、歴史と文化を色濃く感じさせる地域でもある。しかし、近年、顧客の高齢化や大型商業施設への顧客流出により、好立地や、魅力的な店舗の存在といった強みを活かせず、少しずつ活気が失われている。
- 再び賑わいを取り戻すため、地域の子どもたちを巻き込んだ京極小学校の児童による販売体験「京極マルシェ」を実施。

背景・課題

- ✓ 常連客の高齢化、近隣に大型商業施設が増加し、来街者が減少傾向にある。またコロナ禍で観光産業が落ち込む中、近隣住民にもその影響が現れ地域全体の勢いが弱まっている。
- ✓ 「活性化のカギを握るのは、次の世代となる子どもたち」であると考え、子どもたちを中心に地域の人たちを巻き込み、商店街で楽しんでもらえるイベントを企画。

取組内容

- ✓ 商店街加盟店の選りすぐりの商品を地元小学生が販売する京極マルシェの実施。
- ✓ 地元ラジオ局KBS京都によるサテライトスタジオの設置し地元小学生に対するラジオDJ体験を実施。
- ✓ ラジオ特別番組によるイベントの発信。
- ✓ 地元住民の思い出メッセージや写真をメッセージボードに掲出する出町桝形フォト&メッセージ事業。

事業によって得られた効果等

- ✓ 「京極マルシェ」での販売活動を通して、小学生が経済活動を学ぶことができ、参加した小学生からも「楽しかった」との感想が寄せられた。
- ✓ サテライトスタジオの開設や公開放送については、机を店頭に置くというレイアウトが功を奏し、DJとリスナーの距離が縮まって交流が生まれた。
- ✓ 今回の事業を通じて、地域、小学校、地元メディア、行政、との連携が深まり、今後の魅力発信の素地を整えることができた。

京極マルシェで販売する小学生たち



ラジオ特番の生放送のようす

