

円頓寺商店街

円頓寺商店街振興組合、株式会社 ツーリズムデザイナーズ

お年寄りも、若者も、旅行者までもが集うのは、
名古屋の喫茶店文化が生きる、
レトロモダンな
コミュニケーション拠点。

地域型
商店街

愛知県
名古屋市



基本データ

円頓寺商店街 振興組合

【店舗構成】

小売店 / 36%、飲食店 / 48%、サービス業 / 4%、医療サービス業 / 4%、その他 / 8%

【主な来街者】

● 地域住民、観光客

- 所在地: 愛知県名古屋市西区那古野1-35-15
- 会員数: 25名
- 店舗数: 25店舗

株式会社 ツーリズムデザイナーズ

「Deep Japan」をコンセプトに、中部地区を中心に外国人に人気の高い伝統文化や歴史を楽しみながら学べる体験型のおもてなしを提供するユニークなツアーオペレーター会社。また、そのノウハウを生かしインバウンド観光の強化を目指す観光施設や自治体に向け、プログラム開発と販促のサポートを行うことで、新たな人と文化の融合を生み出し、国際ツーリズムの発展に寄与する。

- 所在地: 愛知県名古屋市緑区有松町
大字桶狭間字生山1-25-1201
- TEL: 052-629-5828
- URL: <http://tourismdesigners.com>

名古屋市西区

- 人口: 147,737人
(平成27年12月1日現在)
- 面積: 17.93km²
- 人口密度: 8,240人/km²
- 昼間人口: 158,696人
- 夜間人口: 144,995人
- 小売業年間販売額: 174,403百万円
- 小売業従業者数: 7,454人

出所 人口: 自治体ホームページ
面積: 自治体ホームページ
昼・夜間人口: 平成22年国勢調査
小売業年間販売額: 平成26年商業統計
小売業従業者数: 平成26年商業統計

若手店主や商店街を愛する プロフェッショナルの知恵と粘りで、 400年、歴史を見てきた商店街が変わる。

徳川家康による名古屋城築城を機に、それまで尾張の中心だった清須の城下町を現在の名古屋へ動かすという、大規模な都市移転が行われたのは1600年頃。その際、清須から多くの商人もこの地に移り住んだのが、円頓寺商店街のルーツである。400年以上歴史を遡ることができるこの商店街、昭和30～40年代には南の大須、東の大曾根と並び、名古屋三大商店街とも呼ばれ、絶頂期を迎える。特に毎年7月末～8月初めに円頓寺本町商店街と共催する「円頓寺七夕まつり」は円頓寺を代表する祭りとして知られ、近隣はもちろん、名古屋市全域から多くの来街者が詰めかけた。

ところが、昭和50年代に入ると徐々に陰りが見え始め、昭和60年代には店主の高齢化、後継者不在という悪循環の中、空き店舗の数が増え、人通

りも減少していった。

商店街で新しい世代が台頭し、
ユニークなイベントも開催。
再び、円頓寺に注目が。

しかし、時代が平成へと変わり、店主の若返りが少しずつ進むなか、地元以外からも商店街の未来を憂う人材が集まり、商店街に新しい動きが見え始める。

たとえば、平成16年に始まったフリーマーケット「ごえん市」は、毎月第一日曜日に定期的に行われ、地域住民の来街に大きく貢献するようになった。また、平成25年には「円頓寺秋のバリ祭」を実施。商店街をパリのパッサージュ（屋根付き商店街）に見立て、フランスをイメージさせる雑貨や花、飲食などのフリーマーケットとライブ&パフォーマンスが楽しめるイベ

ントで、その華やかさが注目を集めている。

商店街振興の原動力は
若手店主たちと、
まちを愛する商店街外部の力。

こういった、新たな活動の原動力となったのは、商店街とゆるやかに連携する組織「那古野下町衆」だ。（那古野は商店街が位置する地名）

商店街の若手店主を主体とし、コンサルタント、大学研究室、建築家、企業、クリエイターら、さまざまなメンバーが集い、円頓寺商店街を含む、那古野周辺のまちづくりをテーマに活動している。商店街の下部組織ではないため、従来の組合活動の常識にとらわれず、商店街単独では難しい事業を発案、実行し、停滞気味だった商店街に次々と新しい風を巻き起こす存在だ。



昭和40年、アーケード完成1周年記念祭。



毎月第一日曜日に開催される、ごえん市。



円頓寺 秋のバリ祭。

地元の人々を第一に考えた コミュニケーション拠点が、 世界中の旅行者をひきつける。

事業の経緯

名物店舗が閉店！
商店街の若手店主たちが、
動き出した。

円頓寺商店街の振興に力を発揮する「那古野下町衆」。メンバーにも名を連ねる、円頓寺商店街の高木麻里理事長はイベントで街の賑わいを回復させる一方、商店街における根本的な課題、空き店舗対策にも独特なアプローチで結果を残している。

「後継者不在で閉店したとしても、商店主さんにとっては愛着のある生活の場です。そのまま気持ちよく住んでいたが、店舗を新しい事業者に貸していただく工夫が必要です」

知らない人に店舗を貸すのが不安、生活の場に他人が入ってくるようで不安……。さまざまな不安を取り除き、相談に乗りながら、空き店舗を新しい店舗としてデビューさせ、地域全体を活性化していく。そんな願いから「那古野下町衆」の有志メンバーが始めた空き店舗対策プロジェクトチーム「ナゴノダナバンク」は平成25年までに、

すでに10軒の新規オープン店を手がけている。ただし、「ナゴノダナバンク」は不動産業者ではない。

空き店舗が出た場合、不動産業者はビジネスライクに出店希望者を仲介する。しかし、「ナゴノダナバンク」は、どんな業種や店舗がお客を呼び込めるのか、また、新しい店主も地域の人々も快適に過ごせるか、という複合的なまちづくりの視点でオーナーとテナントのマッチングを行ってきた。

そんな彼らの足元で、起こった一つの“事件”が昭和7年創業の老舗喫茶店「西アサヒ」の閉店だ。名物メニュー「タマゴサンド」に多くのファンを持ち、お年寄りから若者まで、地元の人々のコミュニティの場として、長年機能してきたこの店。閉店が商店街に与える影響は少なくなかった。

事業の展開

地元コミュニティと、
海外からの個人旅行者を
満足させる施設が誕生。

すぐに対応策の検討を始めた「ナゴノダナバンク」のメンバーは、「西ア

サヒ」という店舗が商店街で果たしてきた役割、商店街の振興につながる新たな試み……。さまざまな視点で議論を重ねていった。その結果、地域の人々が集うコミュニティ機能（喫茶店）はそのまま維持するほか、名古屋駅から徒歩圏であること、名古屋の宿泊施設が好調であることを踏まえ、国内外の個人旅行者向けのゲストハウスを加えた施設へのリニューアルを決めた。

この議論の中で、事業者として浮上したのが（株）ツーリズムデザイナーズの田尾大介氏だ。田尾氏は名古屋でインバウンドを主体とした観光ビジネスを展開している上、県や市のまちづくりNPOなどとも関わりがあったことから「ナゴノダナバンク」のメンバーとも親交があり、信頼も厚かったことが決め手だった。また、田尾氏自身もカフェとゲストハウスを組み合わせるビジネスアイデアを温めていたことから、理想的な連携が実現した。

「3分の1の自己負担資金は融資を受けましたが、それでも行政の支援はありがたかったですね。それに加えて、大きな力になったのは、この商店街の

『那古野下町衆』と『ナゴノダナバンク』の存在。古い商店街では、店舗をお借りするのが一番の難関ですが、粘り強く交渉する彼らがいなければ、実現はなかったでしょうね」（田尾氏）

商店街と田尾氏の協力が実り、店名は旧店舗そのままに、新生「西アサヒ」は、平成27年4月にオープンを迎える。

1階のカフェ&レストランの内装は旧店舗のレトロなイメージを残しながらも、モダンなデザインが施され、ゆったり腰が落ち着けられる空間を実現。もちろん、名物「タマゴサンド」も復活した。そして、2階部分はベッド10台と4人まで宿泊できる和室を備えたゲストハウスに改装。着地型観光ビジネスでノウハウを蓄積した（株）ツーリズムデザイナーズらしく、世界的な宿泊予約サイトを使い、国内外の個人旅行者を集めている。

事業の成果

なんと、1店舗の誕生で、
月間の来街者は約2,500人増。
商店街の人の流れが変わった。

商店街に新規店舗が完成すると、外

部からの来街者促進を目標に掲げることも少なくないが、「西アサヒ」のカフェ&レストランが第一のターゲットとして想定するのは、あくまで“地元の人々”。それまで、「西アサヒ」に集まっていたお年寄りがおしゃべりを楽しみ、商店街のちょっとした打ち合わせにも使える店の復活が目標の一つ。加えて、海外の個人旅行者がゲストハウスを利用することで、カフェ空間にも国際的な雰囲気生まれ、その面白さに惹かれる若者もカフェに集まってくる。

再開した「西アサヒ」がカフェ&レストラン、ゲストハウス合わせて月間約2,500人を集客することも影響し、商店街の人通りは明らかに増加。ゲストハウス単独では、土曜日はほぼ満室状態。平日も平均して7～8割が埋まり、事業計画の見込みよりも良好で、経営は堅調に推移している。

また、新たな客層が商店街に増加したことで、古くからの既存店舗にも新たな意欲が生まれ、たとえば外国人旅行者に向けた商品構成を検討する商店も生まれている。

円頓寺商店街

円頓寺商店街振興組合
株式会社 ツーリズムデザイナーズ

今後の事業展開

海外からの旅行者を
円頓寺商店街から、
中部北陸へ送り込む。

「西アサヒ」の、特にゲストハウス成功の理由としては、立地の良さが上げられる。名古屋駅の徒歩圏内であることから、個人旅行者にとって非常にアクセスが良い。これを踏まえ、商店街は海外からの旅行者に向けた、さらなる事業の検討もはじめた。

折しも中部北陸9県の官民が一体となり、外国人観光客の誘致を目指す「昇龍道プロジェクト」が進行中だ。たとえば、中部地区の玄関口・名古屋駅にやって来る外国人観光客に、飛騨高山や能登の産品を円頓寺で見せ、興味を持った旅行者を産地へ誘導するショーケース機能など、立地を武器にしたプランが浮上している。

「地元の人々の暮らしを最優先に考えますが、『西アサヒ』の成功はいろいろな可能性を見せてくれました。この成功をもう一歩先に進めたいと考えています」（高木理事長）



1. 新生「西アサヒ」。1階はカフェレストラン。旧「西アサヒ」の壁面などをそのまま利用しながらモダンな雰囲気を演出している。昔からの常連客からも、以前と変わらず利用できること好評だ。2. プライバシーが保てる木製カプセルタイプのベッドは10台。同フロアには、共同のシャワールーム、洗面所、キッチン、洗濯室なども備える（2階ゲストハウス）。3. 旧「西アサヒ」時代の居住スペースをそのまま利用した和室は、4名まで宿泊できる。畳、障子、床の間など、和のテイストが外国人観光客に人気（2階ゲストハウス）。



商店街から、ひと言

私たちが運営している空き店舗対策プロジェクトチーム「ナゴノダナバンク」は空き店舗のオーナーと、この商店街で商売をしたい事業者のマッチングを行っています。財務的な信用さえあれば誰でも紹介するわけではないんです。「この店舗跡にはこんな人に入ってほしい」「こんな業種のお店が必要だ」と、商店街の未来を考えながら、商店街に入っていく店舗を決めていきたいと考えています。



円頓寺商店街
振興組合
理事長
高木麻里氏

田尾さんはインバウンドの観光事業で地域の活性化を考えている方なので、私たちと色々な価値を共有できる上、アイデアも豊富です。単に「西アサヒ」という地域のコミュニティスペースを復活させるだけではなく、海外からやってくる個人旅行者を商店街に引き込むという、これまでにない来街者を生み出してくれた商店街の功労者でもあります。商店街の一員となった田尾さんには今後、「那古野下町衆」や「ナゴノダナバンク」の力にもなっていただきたいですね。

事業パートナーから、ひと言

今回の事業は閉店した老舗喫茶店「西アサヒ」が再びオープンした、という見え方になりますが、私が「このお店を開いた」とか、「このお店をどう運営している」といった話の前に重要なことがあります。それは商店街に「那古野下町衆」や「ナゴノダナバンク」といった連携組織があり、彼らが商店街の未来を見据えて商店街の組合員、空き店舗のオーナーたちと徹底的にコミュニケーションしていることです。最近は地域の活性化で「よそ者」の力を重視することがよくありますが、商店街という独特の地域社会では、人間関係を円滑にする地元の方々との熱意と行動力が最も大切なことを実感しました。



（株）ツーリズム
デザイナーズ
代表取締役
田尾大介氏

その上、メンバーにさまざまな分野のプロがいる点も、心強かったですね。「西アサヒ」を作る際、私が大まかなイメージを伝えただけで、メンバーの建築家が、近所のお年寄りも、若者も、外国人旅行者も、心地良く過ごせる空間を作ってくださいました。本当に感謝しています。