



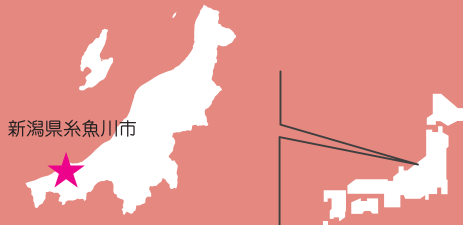
生活支援型



地域
資源

糸魚川本町通り 商店街振興組合

共同事業者：加賀の井酒造株式会社



新潟県糸魚川市データ

人口 (平成 30 年 12 月 1 日時点)	43,050 人
面積	746.24 km ²
人口密度	57.7 人 / km ²
昼間人口	43,736 人
夜間人口	44,162 人
小売業年間販売額	43,533 百万円
小売業従業者数	2,442 人

出所：人口・面積・人口密度（面積と人口より計算）→自治体ホームページ
昼間人口・夜間人口→平成 27 年国勢調査
小売業年間販売額・小売業従業者数→平成 28 年経済センサス



地酒工場見学と 周辺散策ルートを策定



- 来街者と売上が減少し、空き店舗が増加する中、地場産業を盛り上げ、且つ、街歩き誘致にも繋がる取り組みとして地酒工場の見学と周辺散策を実施。
- 糸魚川市駅北大火（平成28年12月22日発生）により16店舗が被災。内、10店舗が同じ場所に再建予定。現在復興に向け取組んでいる。

商店街概況

- 北陸新幹線「糸魚川駅」から徒歩3分。糸魚川市中心市街地に位置し、加賀藩糸魚川本陣跡に位置する加賀の井酒造をはじめ、歴史ある商店が軒を連ねる。
- 来街者の多くは平日に交通手段を持たない高齢者や銀行利用者。週末は観光客の来訪もあるが恒常的な来街には繋がっていない。

来街者数

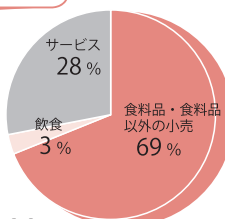
平日： 333人 休日： 254人 (平成 30 年 10 月)

ホームページ

<https://ja-jp.facebook.com/doyourakuichi/>



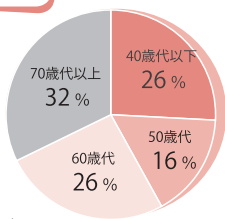
店舗の状況



総店舗数 38 店舗

業種構成 呉服・玩具・家具～結婚相談所まで多岐に亘る

組織の状況



会員数 31 人

年代構成 概ね各年代が揃っている

地域資源が生かせず、来街者不足

創業350年超の歴史を持つ加賀の井酒造をはじめ、歴史的街並みの形成があり、また、北陸新幹線「糸魚川駅」徒歩3分の立地の優位性を持ちながらも空き店舗やシャッター店舗が目立つようになっており、平成26年から取組んでいる賑わい創出事業で企画したイベントに訪れた若い層を含めて恒常的な来街者の獲得に繋がっていない状況にあった。

事前調査の概要

ニーズ調査

- 住民アンケート調査
「糸魚川広域商店街 住民アンケート」など

マーケティング調査

- 統計データ調査
「県民動向調査」
- 歩行者通行量調査
「糸魚川商工会議所交通量調査」など

大事にしたいものとして「地酒」と回答した住民が5割以上。また、消費動向調査においては商店街での購買率は減少傾向にあった。

地域の歴史・文化を生かした 賑わい創出事業

新潟県内で最も古い酒蔵として知られる加賀の井酒造株式会社（創業 慶安3年（1650年）。敷地内に加賀藩糸魚川本陣が置かれ前田家に酒を献上して認められ越後でありながら“加賀”を名乗ることが許された）を当該商店街の歴史・文化の象徴として活用。酒造り見学路を整備（路盤工事・塗装工事・半屋根設置工事・案内看板設置工事）するとともに工場内を見学できるように一部にガラス窓を設置。

併せて、糸魚川市駅北大火を免れた同酒造の土蔵（江戸時代後期のもの）を火災の記憶を伝える貴重な財産として保存し、同時に加賀の井酒造を核として地域の歴史や文化を結ぶ散策ルートを策定し同酒造の見学路から本町通商店街への回遊ルートを作成し、ホームページやフェイスブックを活用して情報を発信し当該商店街への観光客誘致を図る。



加賀の井酒造株式会社 蔵内、外観



午後6時～翌午前9時30分まで開催された歩行者天国の様子



加賀の井酒造株式会社の酒造り見学の様子

加賀の井酒造工場見学が 誘引力を発揮

平成 28 年 12 月 22 日に発生した糸魚川市駅北大火により糸魚川市は中心市街地の約 4ha が延焼、147 棟が焼損。老舗商店が軒を連ね歴史的な街並みを形成し、市内最大の商店街でもあった糸魚川本町商店街も中心的存在であった加賀の井酒造を初めとする 16 店舗が被災、12 店舗が全焼した。

市では平成 29 年 8 月に策定された「糸魚川駅北復興まちづくり計画」に基づき公園や緑地などを整備。商店街では地酒産業を大事なものとする県民意識も念頭に置きながら、消失を免れた加賀の井酒造の土蔵を核とした酒造り見学路を整備し散策ルートを策定。歩行空間の快適性を高めると共に地域の歴史・文化と新たに整備を予定している拠点施設を結び回遊性を高め、“まちなか歩き”を促進し、来街者増加に繋がる仕組みづくりを行った。併せて、加賀の井酒造からの SNS、当該商店街組合からの SNS による情報発信を行っており、同酒造が立地する当該商店街への来街者が増加し、観光客の来街も見られるようになっている。



事業の成果

BEFORE

- 中心市街地という好立地に位置し、歴史ある商店や街並みを持ちながら地域資源が生かせず来街者が不足
- 地域住民より地酒の活用を望む声



AFTER

- 加賀の井酒造株式会社と糸魚川市駅北大火を免れた同酒造の土蔵を商店街の歴史・文化の象徴として活用
- 酒造り見学路を整備し、新たに整備を予定している拠点施設を結び回遊性を高め、“まちなか歩き”を促進
- 加賀の井酒造からの SNS、当該商店街組合からの SNS による情報発信を行い、来街者が増加し、観光客の来街も増加