「市」と「KIHACHI祭り」で、商店街ににぎわいを!!

ここがポイント

おかみさんパワーとＤＡＲＡＺ精神（独創性、チャレンジ精神）で商店街を元気にする市や祭りを開催。多くの出展者と来街者を集め、往時の賑わいを取り戻す。

本通り商店街、元町通り商店街

【取り組みの背景】

平成16年1月、停滞する商店街を活性化させようと、商店街で商いに携わる女性達が「プロジェクト米子」を組織した。プロジェクト米子では、かつてのにぎわいを取り戻そうと取り組むなかで、昔行われていたという戸板を使った商法を「戸板市」として復活させることを企画した。平成16年7月、商店街の恒例行事である土曜市において「戸板市」を併催したところ、多数の出店者と集客でにぎわい、大成功を収めた。

この成功により、平成17年以降も戸板市を開催することになり、プロジェクト米子を核に地域の4商店街が中心となり実行委員会が組織された。また、平成18年春には、米子市出身の映画監督・故岡本喜八氏のダラズ精神（独創性、チャレンジ精神）をよりどころに、ばかばかしいことをやってまちを元気にしよう、と米子高専建築学科の学生と若手経営者でプロジェクトが動き出した。

プロジェクトは、「KIHACHI OKAMOTO PROJECT」と名づけられ（平成19年NPO法人喜八プロジェクト設立）、商店街を舞台に様々なイベントや事業を行い、平成19年に第1回「KIHACHI祭りin米子」を開催したところ、2日間で1，200人を集め成功に終わったことから、翌20年に第2回を開催し、平成21年以降も開催する予定にしている。

【取り組みの概要・経過】

（戸板市） 商店街の空き店舗の前に板を並べ、フリーマーケットのスペースとして一般市民や商業者に貸し出し、商売をしてもらうというもの。本通り商店街から元町通り商店街に連なる約600mのアーケード内の空き店舗、空地の前面通路及び元町通り商店街のイベント広場を会場に、60枚から90枚の「戸板」（90㎝ ×180㎝のコンパネをビールケース4つで作った台座の上に載せた陳列台）を設置し、食料品、衣料品、農産物、雑貨、手作り小物など、思い思いの商品を販売。現在、年4～5回開催しており、毎回テーマを決め、来街者が飽きないよう企画している。

（KIHACHI祭り） 米子市出身の映画監督・故岡本喜八氏のダラズ精神（独創性、チャレンジ精神）をよりどころに、

商店街を舞台にばかばかしいことをやってまちを元気にしようとするもの。

第１回（平成１９年度）では、「喜八アーカイブ」「KIHACHI DESIGN ART EXHIBITION」「聖人バスツアー」など10のイベントを実施。2日間で、予想を上回る延べ1，200人を集めた。

第2回（平成20年度）は、戸板市と同日に開催し、商店街のアーケード内をコースに見立て、台車の上で腹ばいになり進む「スイム」、三輪車をこぐ「バイク」、股にボールをはさんで進む「ラン」の三つの競技からなる「第1回DARAZトライアスロン世界大会」の開催や、「喜八映画上映会」など13のイベントを実施した。

【取り組みの効果】

年4～5回の戸板市の開催日は、たくさんの出店者と数多くの来街者で商店街が溢れ、往時のにぎわいが復活している。「KIHACHI祭りin米子」の開催では、戸板市ではみられない数多くの若者が商店街を訪れた。特に、平成２０年の「KIHACHI祭りin米子」では、戸板市と同日開催であったとはいえ、2日間で15，000人を集め、テレビを始め各種メディアに驚きをもって取り上げられた。開催5年目を迎え市民に定着した戸板市と、2日間にわたり切れ間なくイベントを繰り出すKIHACHI祭りのコラボレーションにより、商店街関係者にとって、工夫をすれば商店街に昔以上のにぎわいが出来るという自信となった。

戸板市に関しては、プロジェクト米子が商店街の横断的な組織であったことから、戸板市の開催に際して複数の商店街が連携をとって取り組み､KIHACHI祭りも各商店街を横断するイベントであったが、主催者が事前に各商店街に趣旨の徹底を図ったことにより、商店街同士の協力体制をとることができた。さらに、この成功で、市民に対して商店街を再認識させる効果があったと考えられる。

【今後の課題など】

戸板市におけるにぎわいは、戸板を借りて商売に取り組もうとした外部からの参加者の力によるところも大きい。既存商店主による戸板出店や協力がまだまだ低調で、せっかくの集客も十分に生かせず、店舗の中に足を運んでもらう工夫が足りなかった。

「KIHACHI祭り」に関しては、第2回目の祭りが大ブレイクしたが、来年度以降、イベントがマンネリに陥らないよう工夫する必要があり、年に1回の祭りだけでなく常時人を呼び込むイベント等の開催も求められる。

また、「市」が開催されていない時は、以前と変わらず

【本通り商店街、元町通り商店街】

所在地：鳥取県米子市紺屋町３１番地
　　鳥取県米子市日野町８３番地
会員数：６４名、３５名
店舗数：９５店舗、４４店舗
商店街の類型：地域型商店街

【この商店街にこの人あり】

（左から）下平美智子、松田美智子、
松田和美、藤尾久子
（商店街のおかみさんたち）
ながらく低迷する商店街に業を煮やし、なんとか打開策をと、戸板市を発案。
現在も核となって戸板市を仕切っている。

【うちの商店街、ここが自慢】

停滞する商店街を活性化させるため、連続する３つの商店街振興組合と１つの任意商店会が一致団結。

福の神にあえる街「あきない中心倉」!!

ここがポイント

地域の歴史・伝統・文化を掘り起こし、仏師という人的な地域資源と商業との融合により「福の神にあえる街」づくりを目指している。

長谷の観音市（本町通商店街）

【取り組みの背景】

昭和40年代まで本市で最も賑わっていた中心市街地本町通り商店街は、近年は郊外の大型店等にお客を奪われ、後継者もなく空き店舗が増え活気を失っていた。

停滞の続く中心市街地の活性化を目指し、平成4年から特定商業集積法に基づく取り組みとして「成徳地区まちづくり基本構想」を作成し、「先駆的商店街にぎわい創出モデル事業」として鳥取県及び倉吉市より助成を受けて街づくりが推進された。

城下町として繁栄した面影が残るエリアを「白壁土蔵群・赤瓦」と称して、歴史ある商家の町並みを活かした事業が展開された。江戸から明治期にかけて建てられた白壁土蔵群内の土蔵を商業拠点施設として整備し、独自性のある観光商業機能を付加し、地域への集客と商店街の活性化を図る取組みがスタートした。

平成10年には「白壁土蔵群・赤瓦」エリアに第3セクターによるまちづくり会社「株式会社赤瓦」の設立も相まって、平成9年では、このエリアへの入込客数は約13万人であったが、平成13年では約28万人の観光客が訪れるようになった。

しかし、「白壁土蔵群・赤瓦」エリアに集客が見られるようになった反面、そのエリア外への集客は以前同様に少ないままであった。そこで更なる飛躍を目指して、平成14年に地元商店主グループによる任意団体「あきない中心倉」が発足した。

【取り組みの概要・経過】

あきない中心倉の取組みは、周辺地域の歴史及び文化を掘り起こし、地域の中の資源として再生・活用することで、白壁土蔵群周辺での観光客の回遊性を創出し、中心市街地の活性化を図っている。

① 倉吉在住3人の仏師の協力により、各店舗に木彫りの「福の神」を設置し、福の神に関連した事業を展開することで「福の神にあえる街づくり」を推進し、観光客の誘客と商店街の活性化に積極的に取り組む。

② 大阪豪商淀屋と倉吉の縁や滝沢馬琴作「南房里見八犬伝」のモデルとなった里見忠義公の史実を調査研究し、それを登録有形文化財である「豊田家住宅」において歴史講談として、観光客をはじめ地域住民にその魅力を語り継いでいる。

【取り組みの効果】

地域住民が主体となった観光客との交流の中で、倉吉の歴史や文化を体感してもらう観光地域づくりが出来てきている。

① 平成１９年には過去最高の36万人の観光客が白壁土蔵群・赤瓦周辺に訪れている。

② 「福の神にあえる街づくり」事業の推進により、観光客の本町通り商店街全体への回遊性創出に取り組んでいる。

③ 歴史講談を通して、倉吉の歴史や文化を県内外にPR出来ている。また、この事業により得た収入を、広告や運営資金とする自立可能なマネジメントシステムの構築に挑戦している。

【今後の課題など】

商店主グループによる「福の神にあえる街づくり」事業は、地元自治体や学校との連携を得て地域に着実に浸透してきている。今後とも広く賛同を得て「住む人が心地よければ、訪れる人も心地よい街」福の神にあえる街を目指していく。

福の神　福禄寿

倉吉の歴史講談

【本町通商店街（あきない中心倉）】

所在地：鳥取県倉吉市

会員数：２０名

店舗数：５０店舗

商店街の類型：地域型商店街

URL:『あきない中心倉』

http://www.apionet.or.jp/~akinai/

あきない中心倉豊田会長

地元商店主グループ「あきない中心倉」の会長。各店舗に木彫りの「福の神」を設置し、観光客の誘客と商店街の活性化に積極的に取り組んでいる。

松江の歴史と文化を感じさせるまちづくり!!

ここがポイント

昭和初期の趣を残した和風旅館を和洋折衷のレトロな空間として松江文化（茶・食）の発信地へ転換。

老舗旅館を改装した「蓬莱荘」

【取り組みの背景】

松江市は江戸時代以来、山陰の政治経済の中心として発展し、2007年には開府400周年を迎えた。中でも殿町地区は県庁、金融機関、新聞社、デパートなどが集積し古くから賑わっていた。

蓬莱荘は昭和初期に松江市殿町に創業し、松江を代表する高級料理旅館として栄えてきた。しかし昭和50年代以降、松江市の中心街の空洞化とともに衰退し、活力をうしなっていった。

松江市では中心市街地の活性化に向け南殿町エリアを重点地区の一つとして旧日銀松江支店を活用した体験工房「カラコロ工房」整備や市道整備を行い、さらに地元でも南殿町再開発ビルの建設など活性化に取り組んできた。

このような状況において、松江市内の企業経営者有志4名により「松江まちづくり有限会社」が設立され、蓬莱荘を核とした新たな中心市街地活性化計画の検討を行ってきた。

【取り組みの概要・経過】

平成18年度には松江まちづくり有限会社は広く市民・企業に出資を募り、趣旨に賛同した株主200人からなる株式会社に改組。これにより集まった資金に加え、経済産業省「戦略的中心市街地商業等活性化支援事業」の支援を受け、平成17から18年度にかけ蓬莱荘をリニューアルして松江の食文化の情報を発信する新たな観光スポットとして再整備することとなった。また、併せて「まちづくりワークショップの開催」、町あるき地図「カラコロ散策マップ」の作成や水燈路（松江城周辺堀川端でのライトアップイベン

蓬莱荘でのイベント

ト）と連携したまちの魅力を引き出すためのソフト事業を行っている。

こうした実績により、平成20年6月「第26回まちづくり月間にて」まちづくり功労者国土交通大臣賞を受賞した。

現在は、中小機構の専門家派遣制度を利用しながら、次のまちづくりプロジェクトを検討している。

【取り組みの効果】

「蓬莱荘」の整備により、日本庭園を眺められ、アンティーク家具など和洋折衷の空間で日本海や宍道湖の魚介類が味わえる割烹「蓬莱吉日庵」、島根を代表する特産の出雲そば「一色庵」、蔵を改装したジャズバー「常乃家」と、地域色を活かした店舗が入居オープンし、あまり知られていなかった殿町に残された古きよき時代に造られた建物が見直され、この雰囲気を活かして食（日本酒、そば、抹茶）や音楽をテーマとした各種のイベントが開催されている。また、その趣から古典芸能のイベント会場としても活用されており、当初の目標どおり殿町の活性化に貢献している。

【今後の課題など】

従来、松江の観光は多くが自動車で直接目的地に乗り付け周辺の散策を行うことのない通過型となっていた。松江城、武家屋敷、小泉八雲旧居、堀川遊覧船といった「松江城周辺」、カラコロ工房や松江大橋周辺などいわゆる「カラコロエリア」はそれぞれ年間20～30万人が訪れる観光地である。このエリアの中心に位置する蓬莱荘にはそれぞれの観光地を繋ぐ役割が期待されており、さらに隣接する南殿町、京店といった古くから続く老舗が軒を連ねる商店街の活性化、街のにぎわい創出に繋がると考えられる。こうした効果を引き出すためには周辺商店街との連携強化、観光施設同士を結ぶ道路や小路の整備による回遊性の向上など、地域の底上げを図るための取り組みが必要である。

【松江まちづくり株式会社】

所在地：島根県松江市殿町１０１番地
株主数：２００名
資本金：３０００万円
商店街の類型：まちづくり会社
ＵＲＬ：http://www.horaiso.com

【この商店街にこの人あり】

坂本拓三（松江まちづくり（株）取締役）
一級建築士・技術士
松江市内で建築設計事務所を経営しており、蓬莱荘のリニューアル工事を担当。

【うちの商店街、ここが自慢】

蓬莱荘は「松江城」「カラコロ工房」といった松江を代表する観光スポットの中心部に位置する街中にありながら、日本庭園や蔵などの残る「奥座敷」ともいえる場所である。出雲そば、日本海、宍道湖の海産物といった郷土料理を味わえる店舗が入居している。また、商店街には造り酒屋や和菓子店などの松江らしさを味わえる老舗店舗が多くあるうえ古くから残る建築物、庭園などが数多く残されており、城下町松江の文化や歴史を感じることのできるエリアである。

人にやさしい対話のある街をめざして!!
～空き店舗がなくなった～

ここがポイント

「人にやさしい対話のある街」をコンセプトに環境整備、イベント等各種事業を重ね、商店街の認知度アップ。

七夕フェスタの様子

【取り組みの背景】

平成3年に浜田と広島を結ぶ浜田自動車道が全線開通。大手スーパー、コンビニの進出等により人の流れが変わり、また全国的な少子高齢化による経営者の高齢化も進み、商店街が衰退していった。

このような中、かつての商店街の賑わいを取り戻そうと、消費者を対象にアンケートを行ったところ、商店街のイメージ、サービスについての厳しい指摘も寄せられた。これらの消費者の声を反映する形で、商店街のコンセプトを「人にやさしい対話のある街」と定め、活動方針の基本としてハード・ソフト整備に取り組むこととなった。

【取り組みの概要・経過】

ハード事業は平成10年度以降、レトロ調の街路灯整備、商店街の美化（シャッターペイント、ハーブによる緑化推進）、来客用トイレ「さわやかトイレ」を整備。市道のカラー舗装とあわせて歩いて楽しめる街並みづくりを進めてきた。

ソフト事業では、空店舗を活用したチャレンジショップ事業による新規出店者の募集や新規イベントに取り組んだ。

イベントについては季節にあわせて以下のようなイベントを開催している。

3月　春らんまん
4月　浜っこ春まつり
6～7月　土曜夜市
7月　七夕フェスタ
9月　月待ち
10月　秋祭り（未来のピカソ展）
12月　水高市場（水産高校生徒による手作り商品の販売等）

特色あるものとしては、20年前から市内の幼稚園、保育園児の絵を商店街の各店頭で展示を行い、優秀作品を表彰しており、現在も「未来のピカソ展」として継続している。また、子供の職業意識啓発の一環として、市内の学校の児童・生徒を対象に商店街各店舗で職業体験事業を実施。島根県が実施している子育て支

援事業とも連携し、平成19年度から県と商店街との共催で子どもが商品づくりや販売を体験できるイベントを実施している。

そのほか、商店街の一角に出店した地域の高齢者人材を活用した総菜販売や高齢者への配食サービスを行う店舗を起業時から支援しており、地域に密着した活動を行っている。

【取り組みの効果】

環境整備や各種ソフト事業の継続的な取組により商店街の知名度、魅力が向上し、来街者が増加した。このことが商店街への新規出店に繋がり、平成14年当時14店舗あった空店舗は現在2店舗まで減少させることができた。

年間を通じたイベントの充実度も高まり、更なるイメージアップに貢献している。

【今後の課題など】

商店街のイメージアップと各個店の販売額増を如何に調和させていくか。

また、こうした活性化の取組が紺屋町を中心に東西につながる他の商店街へ波及することが期待される。

水高市場

未来のピカソ展

【紺屋町商店街振興組合】

所在地：島根県浜田市紺屋町

会員数：４４名

店舗数：４１店舗

商店街の類型：地域型商店街

ＵＲＬ：http://www.konyamachi.com/

【この商店街にこの人あり】

段原良則（段原酒店：宣伝部長）

特に若者の中心的存在であり、各種イベントの企画立案、実施に携わっている。また、イベント実施にあたっては、役員の意見ばかりでなく、女性部の意見も取り入れるなど、商店街全体の取りまとめ役として頑張っている。

【うちの商店街、ここが自慢】

理事長以下執行部及び組合員の意識の向上により結束力が高まり、各種事業の継続につながっている。

表町八ヵ町の個性発揮と大型店との連携で商店街を活性化!!

ここがポイント

各商店街組合の独自のイベント事業や協同事業、商店街周辺の大型店を巻き込んだ連携事業を実施して、地域が一丸となって商業の活性化に取り組む。

「パリ祭」

【取り組みの背景】

表町商店街は、旧城下町の商人町として栄え、上之町、中之町、下之町、栄町、紙屋町、西大寺町、新西大寺町、千日前の八カ町として親しまれてきた。それぞれが商店街の組合組織を立ち上げ、独自、あるいは協同で事業活動を続けてきたが、近年、郊外大型店の増加や、市内中心部における駅ビル（サンステーションテラス岡山）のリニューアルや、岡山駅前ビルへのビックカメラ出店などの影響で、郊外や駅前地区へ集客がシフトする傾向の中、空き店舗の増加や来街者の減少問題などへの対応が迫られることとなった。

【取り組みの概要・経過】

連盟では、スケールメリットを生かしてカード一括取扱い業務や商店街の中や周辺に立地する大型店等と連携した共通商品券事業を収益事業として実施し、販促事業などの資金として活用してきた。最近では、「ミンナ表町」というコンセプトで、地元百貨店の「天満屋」や若者向けブランドを集めた複合店舗「クレド岡山」、「岡山ロッツ」と連携し、イベント情報などの相互広告掲載やクリスマスセール、ピンクリボンキャンペーンの共催などにより、販促事業の効果を高めている。また、連盟独自の情報発信ツールとしてホームページを作成し、個店情報やイベント情報などの発信にも積極的に取り組んでいる。

「ポケットパーク」

一方、個別の商店街組合でも、上之町商店街が、商店街に位置する音楽ホールのコンサートと連携した「パリ祭」やクリスマスの街路を彩る「キャンドルクリスマス」といったイベントを展開している。栄町商店街では、アーケード空間に様々な

作品展示を行う「空中美術館」や、独自に整備したポケットパークを活用した毎月２３日の定期イベント「半畳市」などを開催している。新西大寺町商店街では、昨年から毎週木曜日に生活市としての「木曜市」を開催し、平日の集客にも努めている。

さらに、表町商店街として、岡山市が策定を進める中心市街地活性化基本計画に合わせ、「表町商店街区域中心市街地活性化事業構想」をまとめ、今後、空き店舗を活用したテナントリーシング事業など、様々な活性化事業を検討している。

「木曜市」

【取り組みの効果】

大型店との連携により、表町エリア全体でのイベントを展開することが相乗効果となって集客アップに繋がっている。また、各商店街組合が独自に個性的事業を展開することにより、表町に来れば、いつでも、どこかで、何かをやっているという期待感を抱かせるなど魅力アップが図れている。

【今後の課題など】

商店街には生鮮品などの店舗がほとんどなく、周辺に進むマンション建設による定住者を顧客としていかに取り込むかが大きなポイントとなっている。そのため、不足業種の空き店舗への誘致や、既存店舗の魅力を高めるために経営者の意識改革を行うことが重要となってくる。今後は、昨年から始めた経営者向け「商人塾」の充実・継続開催やテナントリーシング事業の具体化が課題である。

【協同組合連合会岡山市表町商店街連盟】

所在地：岡山県岡山市
店舗数：約４００店舗
商店街の類型：広域型商店街
ＵＲＬ：http://www.omotecho.or.jp/

【この商店街にこの人あり】

横山卓司（商店街連盟　理事長）
親子二代で理事長を務め、商店街のリーダーとして、また、新たな取り組みを提案するアイデアマンとして活躍している。表町商店街だけでなく、商店街や大型店で構成される岡山市商店会連合会の会長や岡山県商店街連合会の理事長など商店街関係団体の要職をつとめている。また、行政関係の審議会の委員を務めるなど行政とのパイプも太く、連携のキーマンとなっている。

【うちの商店街、ここが自慢】

表町商店街は、約４００店舗の多種多様な専門店で構成され、県下で最大規模の商店街を形成している。また、ワンランク上のライフスタイルに応える商店街として、そして岡山の街の顔として脈々と続いている。

できることからコツコツイベント!!

ここがポイント

身の丈にあったイベントを実施し、身の丈を大きくしていく「にぎわい商人隊」の活動。

津山市中心商店街

【取り組みの背景】

津山市の中心商店街は、１１商店街が旧出雲街道を中心に縦横に連続し、全長約２ｋｍに及ぶ商店街を形成している。

しかし、近年、モータリゼーションの進展とともに大型ショッピングセンターが郊外へ立地するなど全国各地と同様に中心商店街への影響が生じている。

中心商店街は、津山商店街連盟を組織しているが、連盟には事業部がなく、各種イベントのマネジメントができていなかった。そこで、商店街のイベント等を行う部隊として「にぎわい商人隊」が発足した。

【取り組みの概要・経過】

にぎわい商人隊は、現在、１１商店街のうち、６つの商店街よりメンバーが加わっており、それぞれの持つ得意分野や情報等の意見交換による相互補完を行い、身の丈にあった活動を継続的に実施している。また、そうした活動により、従前のイベントのほか、地元関係者等を巻き込んだ新たなイベントの取り組みを考案し、賑わいの創出に努めている。

平成１９年度は以下のイベントを実施し、商店街の賑わいを創出した。

①２００７商店街さくら天国

春に因んだ催しを開催し、併せて音楽会なども行われている。

②第３３回・第３４回ガレージセール

商店街でガレージセールを行い、併せて使用済みの割り箸や天ぷら油を回収するなど環境に配慮したイベントで、開催回数も多いことから定着したイベントとなっている。

③２００７全日本地ビールフェスタ in 津山

日本全国から厳選した地ビールを集め、地元の子どもや学生が披露する音楽やダンスを鑑賞しながら地ビールを楽しむことができる。

④ザ・オキナワ in 津山

沖縄物産展、沖縄の食、エイサーなど、津山と

「縁」の深い沖縄を感じられるイベントであり、商店街が沖縄ムードになる。

⑤２００７歳の市

抽選会などを行う昔ながらのイベントを継続して行っている。

⑥津山一店逸品運動（一店逸品フェア）（一店逸品富札クーポン券）

５３店舗が加盟している一店逸品運動の販促イベント等を行い、専門店としての強みを売り込んでいる。

全日本地ビールフェスタ in 津山

【取り組みの効果】

継続的なイベントの実施により、来街者への認知度は増してきている。特に１０回の開催を超える「全日本地ビールフェスタ in 津山」では、イベントの浸透性も強く、県外からも来客があり、大きな賑わい創出のひとつとなっている。

【今後の課題など】

現在のイベントは、にぎわい商人隊が主体的に実施しているものが多く、地元関係者等への波及効果がまだ十分ではない状況。今後は、他の団体等と協力した集客力の高いイベントを増やしていくことにより、相乗効果を図っていく必要がある。

また、取り組みの効果や熱意は各個店に定着しているが、イベントの実施時には人手不足が生じるケースが出てきているため、会員の拡充や協力員の補強も検討していく必要がある。

【津山市内６商店街】

津山一番街、元魚町、今津屋橋、新地本町三丁目、宮脇町の６商店街

所在地：岡山県津山市

会員数：１６２名

店舗数：１８８店舗

商店街の類型：地域型商店街

関連ＵＲＬ：

http://www.alne-tsuyama.jp/.

【この商店街にこの人あり】

金田勧（かねだ　すすむ）

（にぎわい商人隊　隊長、

津山一番街商店街、宮脇町商工会）

地ビールフェスタを始め、各種イベントの仕掛け人。

【うちの商店街、ここが自慢】

津山一番街商店街では、商店街の女性が「ソシオおかみさん会」を組織し、地ビールフェスタなどのイベントを盛り上げるべく、活発な活動を行っている。

福祉のまちへ生まれ変わろうとする バリアフリー商店街!!

ここがポイント

郵便局跡地への社会福祉施設の進出をきっかけに医療関係施設が立地。さらに子育て支援施設が設置され，高齢者から子供まで幅広い世代でにぎわう商店街。

帝人通り商店街

【取り組みの背景】

帝人通り商店街は、ＪＲ三原駅から歩いて３分の位置に立地しており、隣接する帝人三原工場と共に発展を続け、通りの中央には映画館や郵便局もあり、最盛期には商店街の店舗数は８０店舗もあった。

近年、工場の規模も縮小され従業員は減少、また、隣接地への大型商業施設の進出や商業者の後継者不足等により店舗数も３８店舗まで減少し、郵便局も移転し長らく空き地となり商店街は衰退していた。

このような中、平成１４年５月に市の公募により社会福祉法人泰清会が選定され、この郵便局跡地にケアハウスが建設される運びとなった。

商店街では、このことを商店街活性化のまたとない機会と捉え、高齢化時代に対応した新しいまちづくりに取り組んでいる。

【取り組みの概要・経過】

平成１６年１１月、郵便局跡地に社会福祉法人泰清会がケアハウスを開設。翌年そのケアハウスの隣に高齢者向けのマンションが建設され、１階のテナントには皮膚科、眼科、内科、薬局が次々に開設され、高齢者に優しい商店街づくりを行ってきた。

平成１９年には、マンションの向かい側に３階建てのビルが完成し、１階は整形外科とカフェレストラン、２階は社会福祉法人泰清会が運営する保育園、３階はデイサービスセンターが設置され、商店街の中の隣接地に遊具を備えた園庭が造られた。

平成２０年には、空き店舗に子育て支援施設を開設し、お年寄りから子供まであらゆる世代が集う地域コミュニティとしての商店街となっている。

さんさん土曜市

【取り組みの効果】

ケアハウス１階には「地域交流スペース」として小さなステージと広間があるスペースを設置、拳法教室、ヨガ教室、フラダンス教室、商店街の会議、講演会などに利用されており，地域住民の交流が図られている。

また、毎月第１土曜日には「さんさん土曜市」として市内の大和町や久井町の農産物を販売し、併せて「さんさんシアター」と名づけた映画鑑賞を開催することによりリピーターや固定客が増加している。

さらに、保育園や子育て支援センターの開設により、ベビーカーを押した母親が商店街を歩き、また、立ち止まって会話をしている姿が見られるようになるなど、僅かずつであるがあらゆる世代の人が行き交うようになった。

ケアハウス前でのイベント

【今後の課題など】

①さんさん土曜市の出店業者が固定化しているため、業種を増やす必要がある。

②イベントを継続して開催するための費用調達の方法を工夫する必要がある。

③平成２０年度からアーケードの撤去や歩道のバリアフリー化の事業が実施されるため、今後、統一的な商店街づくりを検討し実践する必要がある。

④アーケード撤去後は、天候を考慮したイベントの開催を計画する必要がある。

【三原帝人通り商店街】

所在地：広島県三原市港町

会員数：４１店

店舗数：４３店舗

商店街の類型：地域型商店街

【この商店街にこの人あり】

沼田祐二

（社会福祉法人　泰清会　サンライズ港町生活相談課長兼施設長代理）

さんさん土曜市の事務局として様々なイベントを企画実施している。

【うちの商店街、ここが自慢】

・お年寄りと小さな子ども達が行き交うまち

・社会福祉法人泰清会が中心となり、毎月第１土曜日に「さんさん土曜市」を企画している。

・大正１４年７月にはじまったといわれる「三原半どん夜市」が三原商栄会連合会の主催で例年６月中旬から７月下旬の毎週土曜日に盛大に開催されており、社会福祉法人泰清会も積極的にイベントへ参加して商店街が一体となった取り組みを行っている。

歴史・文化・自然をテーマに
まちづくりを進めています!!

ここがポイント

『いにしえの里三次物怪（もののけ）・でこ街道』として町並み整備。５年間で空き店舗を活用して１３店舗がオープン！

三次本通商店街

【取り組みの背景】

三つの川が交わる三次市は、山陰と山陽を結ぶ水陸交通の要衝だった。江戸時代前期から約９０年間は三次藩の城下町として栄え、今でも三次町には江戸期の町割りや明治･大正期の町家が残る。その後も商都として発展した面影は、卯建の似合う町並みに色濃く宿っている。

江戸時代から伝わっている物語で、実在の人物稲生（いのう）武太夫（ぶだゆう）が妖怪の出現から退散までを書き残したといわれ、国学者平田篤胤（あつたね）ほかに取り上げられてきている。

【取り組みの概要・経過】

数々の歴史的資産を大事にして「まちなみ協定」による町づくりを続けていこうと、平成１１年に「三次町歴みち協議会」が発足。空き店舗の利用など、町ぐるみで活性化に取り組んできた。

また、街路の石畳化や電線地中化、街路灯の整備をはじめ歴史的な町並みの再生整備を高め、往時のにぎわいを伝えていこうとの取り組みが進んでいる。

店舗と住居が一体となった建物がほとんどで、商店街の活性化のため空店舗を利用させて欲しいと、若手の組合役員が中心となって粘り強く説得してきた。

風季舎　昌平本家（空き店舗活用事例）

【取り組みの効果】

平成１６年から市の補助制度を活用し，今まで商店街に無かった業種や購買層をターゲットにした１３店舗が開店した。特に、女性がオーナー・店主のケースが多く（９店舗）、女性を中心としたまちづくりが期待されている。補助金を使ってオープンした雑貨店女性オーナーは、「歴史ある町の商店街で新たに商い出来る楽しみがあるが、まだまだ人の流れがないので、今後観光を含め少しでも活性化につながるよう、個店イベント等も実施しながら集客していきたい。」と話す。

さき織り工房　たけ田（空き店舗活用事例）

【今後の課題など】

○石畳等のハードに合わせたイベント等の開催。
○市営駐車場等の整備。
○内部に限らずＩターン後継者の育成。
○空店舗になっているが，売却・賃貸など行わない店主への協力要請。

【三次本通商店街】

所在地：広島県三次市三次町
会員数：４７名（平成２０年１０月）
店舗数：４７店舗
商店街の類型：近隣型商店街
ＵＲＬ：http://www.mhst.jp

【この商店街にこの人あり】

①松本和男（商店街振興組合　副理事長）
歴史をテーマにまちづくりを進める三次本通商店街の生き字引，三次人形販売の中心人物「松本玩具店」店主

②山崎夫妻
平成１９年度に造り酒屋だった空店舗に新たに出店され，三次の賑わい創出に熱意を燃やしている。

【うちの商店街、ここが自慢】

江戸時代から伝わる町並み（うだつ）や稲生物怪録，三次人形，鵜飼いなど，時代を超えて伝統や伝説が息づいている。
毎年８月に開催される「みよし物怪まつり」では商店街に百鬼夜行（仮装パレード）でもののけが大量に出没する。

市民との生活共同体への転換を目指す商店街

ここがポイント

新築「どうもんパーク」は、日々の生活に不自由させない市民のマチづくり拠点に寄与！

「デニムＤＥどうもんデザインコンテスト」

【取り組みの背景】

山口市の中心市街地を約８００ｍにわたって南北に貫くアーケード街の南半分の大部分（約３００ｍ）を占めるのが、山口道場門前商店街である。北の端は山口駅通りに面して商店街中央部に接しており、南の端は西門前商店街と橋で結ばれ、歴史文化に富む山口市を代表する商店街となっている。

アーケード街の北半分の核店舗は老舗の地元百貨店であり、南半分の山口道場門前商店街ではダイエーとサティであった。双方それぞれの牽引力で、中心商店街全体の均衡が保たれていた。山口道場門前商店街（振興組合）として、アーケードの連結整備、立体駐車場（９６０台収容）の新設、カラー舗装など、経営環境の変化に対応すべく努力が続けられていた。

平成１０年、ダイエーとサティが相次いで撤退し、また、この頃から空き店舗の発生が急激に目立つようになった。これまでの間に６割強の店が新旧入れ替わることになったが、現在の経営者の７割は４０代～５０代、２割が２０代～３０代、従って６０代以上は１割に止まるという稀な若返りを果たしてもいる。

なお、ダイエーとサティの撤退後もアーケードの改修やイベント広場の開設などハード面での改善事業が継続するが、平成１７年６月には「有限会社どうもん」（出資比率９０％）を設立して「特産品ショップやまぐちさん」の経営に踏み出した。

【取り組みの概要・経過】

撤退したダイエーの跡地（６５０坪）を山口市が購入、平成１３年に「コープやまぐち」が入店して営業再開したものの、すでに老朽化していた建物は寿命が見えていた。加えて敷地面積の関係上、ワンフロアー２６０坪が限界という売場では満足な品揃えが不可能。というわけで、商店街振興組合は平成１８年に周辺の土地１５０坪を買い取り（一部賃借契約）、４００坪の売場面積を確保できるよう条件整備をし、「どうもんパーク」建設に踏み出した。この事業は「教養文化施設、食料品店などの機能を持った中心商店街の西の拠点を整備する事業」として山口市の中心市街地活性化基本計画に位置付けられていた。因みに、山口道場門前商店街振興組合における本件事業費約５億円については、国 1/2 の戦略補助金及び市の補助金、入居テナントコープやまぐちからの長期返済の建設協力金、財投による低利融資等により資金調達をしている。

“どうもんパーク”は平成１９年１２月にコープやまぐちが入店してオープン、歯科医院「ＭＫデンタル

オフィス」も開院した。平成２０年３月には２ＦにＮＨＫ山口文化センターと屋上芝生広場がオープンした。

屋上芝生広場には藤棚や砂場、子供の遊び場が用意されている。また、環境対策として、１Ｆの食品売場から出る生ゴミを既設の大立体駐車場の屋上で堆肥化して菜園づくりをすると共に、これを屋上庭園の緑化等に還元利用する事業も実施している。

【取り組みの効果】

山口道場門前商店街の通行量は山口市中心商店街全体の動きと同じく漸次減少を辿る中で、日曜日には、北側（山口駅通り側）と南側（どうもん側）で約３倍の差があったものが、近年では南側の増加によってその差が１．８倍程度まで縮んでいる。

山口道場門前商店街（振興組合）の平成２０年度の年間販売促進事業を見ると、商店街連合会との共催事業が多いが、独自の事業の中で特異なのは、「デニムＤＥどうもんデザインコンテスト」とＢＢＱ大会である。前者は先着１００名の市民にジーパン又はジージャンを無償提供してオリジナルデザインと加工を依頼、作品を商店街に展示発表して人気投票で２０名に賞金を出すというもの。ＢＢＱ大会は、夏の行事の締めくくりとして、駐車場の屋上で学生アルバイトや関連業者を加え、組合員と共に慰労の焼肉立食とゲーム大会を催すという内容。

デザインコンテストは、商品づくりを通して消費者の嗜好を探る市民との共同作業であり、ＢＢＱ大会には各種行事における作業（労働）協力関係を通じて市民との絆を固めようという狙いがある。

【今後の課題など】

「どうもんパーク」事業に関しては外部コンサルタント等に依頼せず、用地買収交渉も含めてすべてを組合で実行している。組合員の危機意識の高まりを感じとることが出来る。

新築された核拠点「どうもんパーク」は、物販拠点としては平成２０年１０月に新規に開店した百貨店（中市商店街）に及び難いところを、市民の日常生活と共存するための（物流以外の）諸機能で補完するという面を大きく前面に打出していこうとしている。若返った組織力、行動力で、高齢化社会における「日常生活に不自由のないマチづくり」を目指すこととしている。

【山口道場門前商店街振興組合】

所在地：山口県山口市道場門前
会員数：４６名
店舗数：４９店
商店街の類型：広域型商店街
URL：http://www.doumon.net/

【この商店街にこの人あり】

理事長　吉松昭夫
「もっともっと楽しい商店街へ」を目指す行動力とリーダーシップと包容力を兼ね備えた山口市商店街の活性化のキーマン。

【うちの商店街、ここが自慢】

情報と文化の発信拠点として、平成１９年にオープンした「どうもんパーク」。レンガ調の優しい色合いで、地中海風の曲線を多く用いたデザインが特徴。

地産地消の取り組みで観光誘客を展開!!

ここがポイント

萩市内の農家から直接仕入れた野菜などを販売する直売所と萩沖でとれた魚や萩の地酒などを味わうことのできるレストランにより、地域経済の活性化と観光誘客に寄与。

田町商店街

【取り組みの背景】

田町商店街は江戸時代、萩藩主が参勤交代に使っていた旧お成り道の一角にある。昭和４０年～５０年代にはアーケードも整備され、萩市で最も賑やかな通りであったが、その後、大型店の郊外への進出や自動車社会等の影響を受け、次第に空き店舗等が増え商店街は衰退してきた。加えて、中心地の高齢化が進み、お年寄りの買い物等に支障を来している。このままの状態が進むと、周辺の高齢化とともに商業機能が脆弱化し、商店街は単なる通勤・通学路となってしまう。そこで、商店街は、観光と商業の連携による観光ミックス商店街を活性化の基本コンセプトに掲げ、活性化に向けた取り組みを行っていくこととなった。

【取り組みの概要・経過】

田町商店街に新たに進出した、㈱お成り道は、毛利藩主が参勤交代に使っていた歴史の道ーお成り道の沿道にある空き店舗、空き家等を活用し、飲食店やお土産店などを設置、運営するとともに江戸時代のまち並みを再生することで、新しい萩観光の構築を目的にしたまちづくり会社である。㈱お成り道が手がける事業の総称が「お成り道再生プロジェクト」。その最初の取り組みが「農産物直売所」と「農家レストラン」の出店である。

地物の農産物直売所「萩の台所とれたて市場たまち」

平成２０年５月にお成り道の延長にある田町商店街の空き店舗を改修し、地物の農産物直売所「萩の台所とれたて市場たまち」及び「農家レストラン＆居酒屋天蔵」を整備し同年１０月に開店した

この取組は、農家が生産した農産物を中心に近海でとれた魚の干物類を販売し、併せて地物の魚、野菜等をふんだんに使った飲食店を整備したことで、商店街の賑わいの創出と市民や観光客の交流の場として定着しつつある。

【取り組みの効果】

農産物直売所と地産レストランの開店により、安全で安心な顔の見える野菜を求める市民や、地元でしか味わうことのできない料理を求める観光客が増加している。

平成１７年には萩市が無料の商店街駐車場を建設し、おみやげ博物館や飲食店、スーパーなどが相次いで出店した。今回の農産物直売所及びレストランの出店についても、駐車場整備を契機とした観光誘客の有効な手段となっている。

【今後の課題など】

安定した旬の食材の確保のため、現在１００ある契約農家を１５０まで拡大させる。また、現在は市民の利用割合が高いが、観光客の誘客を促進するため、インターネットの活用やイベントの開催、旅行エージェントへの情報提供などを積極的に実施する。

市場にならぶ農産物

【萩市田町商店街振興組合連合会】

所在地：山口県萩市東田町５９番地
会員数：５４人
店舗数：７６店舗
商店街の類型：地域型商店街
ＵＲＬ：
http://www.axis.or.jp/~hagitama/

【この商店街にこの人あり】

清水明人（㈱お成り道　専務取締役）
㈱お成り道をプロデュースしている。独特で革新的なアイデアで商店街の賑わいの創出に貢献している。
休日には自ら賑わい創出マンとなり、観光屋台の出店による紙芝居の実演や蒸気まんじゅうの販売を行っている。

【うちの商店街、ここが自慢】

年間を通して様々なイベントを開催している。商店街での夜市を７月の毎週土曜日に開催しているほか、１０月には萩を代表する工芸品である萩焼の販売を行う、萩・田町萩焼まつり、１２月には商店街をイルミネーションで彩るクリスマスイベントを実施、市民の交流の場となっている。