

# 「楽育&寿」2つのコミュニティと ゆるキャラで商店街活性化

## ！ここがポイント

多機能コミュニティスペース「いわない楽座」は、様々な世代と『たら丸』が集うハイブリッドな空間。



コミュニティスペース「いわない楽座」

### 【取り組みの背景】

岩内町は後志沿岸地域の中心都市として、漁業や水産加工業を基幹産業として発展してきた。

しかしながらこれら産業の衰退や人口減少・少子高齢化に加え、郊外型大型店等の進出により地元商店街や飲食店街は著しく疲弊し、空き店舗の増加、賑わいの低下から、旧型の商店街における消費動向は下降の一途を辿っていた。

このような危機的状況の中、「賑わい溢れる商店街」に向けて進もうとする機運が生まれ、各商店街ではポイントカード（たら丸満点カード）事業の普及、継続的な独自イベントの開催、空き店舗対策事業の展開など、様々な取組を実施してきた。

### 【取り組みの概要・経過】

「いわない楽座」は平成16年、名店街商店街の空き店舗にアンテナショップとして開設し町民に親しまれてきた。

その後、更なる機能拡大を目指し、平成18年6月に、より広いスペースを持つ現在の店舗に移転リニューアルした。

リニューアルに伴い、たら丸満点カードの常設商品交換所、町の地域資源である岩内海洋深層水のアンテナショップ、町のイメージキャラクター「たら丸」を活用したオリジナル商品の開発・販売拠点、高齢者向けコミュニティスペースを設け、多機能施設として広く町民に利用されるようになった。

さらに平成20年、利用者層の拡大と利便性の向上を目指し、地域ぐるみでお年寄りや子育て世代のお母さん達をフォローし、世代を越えた交流空間を提供するため、1階部分をお年寄り専用のコミュニティスペース「寿コミュニティ」とし、2階部分には子育て支援に特化したコミュニティスペース「楽育コミュニティ」を新たに開設した。

### 【取り組みの効果】

「いわない楽座」の来客数及び商店街における通行量については着実に数値を伸ばしている。(月

平均来客数18年度1,485名、19年度1,717名、20年度1,748名)

また、駐車場の利便性が高く長時間のコミュニティ利用を可能にするとともに、周辺施設である病院・銀行・薬局など商店街全体への波及効果も広がった。

さらに「楽育コミュニティ」の新規オープンにより、新たな利用者層である子育て世代のお母さんと子供達の利用増加が顕著に現れている。

平成20年10月のオープンから21年2月末までの利用状況を見ると、子育てサークルや、仲よしグループによる利用や、地域住民の自主的な企画で開催された「1DAY SHOP」などイベントとしての利用により大人366名、子供342名の利用者を数え、従来まで希薄であった若年客層が商店街に新たな賑わいを創り出している。



「楽育コミュニティ」

## 【今後の課題など】

コミュニティ利用者の増加、ポイントカードの交換件数の増加、オリジナルグッズの順調な伸び等により、売上は徐々に増加の傾向にあるものの、今後の事業継続にあたっては、補助事業終了後の経費の捻出が大きな課題である。

## 【岩内町名店街協同組合】

所在地：北海道岩内町

会員数：56名

店舗数：58店舗

商店街の種類：地域型商店街

URL:<http://www002.upp.so-net.ne.jp/tamaru/rakuza/index.htm>

## 【この商店街にこの人あり】

橋本 英一（名店街協同組合 理事）

商店街の様々な取組のキーマンで、観光協会、ポイントカード会、商工会議所等、町内外に数多くのネットワークを持つ。橋本理事を中心に「たら丸塾」を創設し、地域資源の掘り起こしを行い、地域情報をまとめた小冊子「タラマルペディア」を作成。商店街の垣根を越え、異業種間の新たなネットワークを構築中。

## 【うちの商店街、ここが自慢】

いわない楽座オリジナル商品の核を担うのは、「ゆるキャラ日本一決定戦」（TVチャンピオン）で準優勝して以来、その人気に火が付いた町のマスコットキャラクター「たら丸」の関連グッズ。全国各地から問い合わせが殺到し、その人気の高さが窺える。当商店街の洋品店主がデザインを手掛けた事から、たら丸生みの親の商店街として、数多くのグッズを開発中。



「たら丸」

# コンパクト化でよみがえった 「鉄のまち」の商店街

## ！ここがポイント

商店街が中心となって、コンパクトに再編した輪西のお茶の間作りを推進。複合商業施設を軸に様々な交流が生まれ、「鉄のまち」を支える商店街が復活。



「ぶらっと。てついち」

### 【取り組みの背景】

室蘭市輪西地区は、「鉄のまち」として高度経済成長に乗って繁栄したが、昭和50年頃鉄鋼産業の構造不況により市内で最も人口が落ち込み、商店数も最盛期の半数以下となった。このため、まちと共に歩もうと決意した商業者を中心に地区の町内会、市、製鉄会社等も参加して「輪西活性化推進協議会」を組織し、対策に取り組み始めた。

### 【取り組みの概要・経過】

平成10年、同協議会では、まちの規模を現在の人口・年齢構成に合わせてコンパクトに再編し、地区のどこからでも訪れやすいまちの中心部に、安心して気持ち良く集える輪西のお茶の間をつくろうと「暮らしの広場」構想をまとめ、新たなまちづくりのスタート

を切った。

#### ■複合商業施設「ぶらっと。てついち」

「暮らしの広場」第1弾として、製鉄会社所有地に20年間の借地権を設定し、商店街有志が開発会社を設立して再開発を実施、商業施設と市民会館を建設した（市民会館は市に売却）。

平成13年10月に竣工した複合商業施設「ぶらっと。てついち」は、床面積約3,000㎡で、地元スーパーを核にレストラン、衣料品店など16店舗が入店するほか、子育て支援施設、集会室といった施設も設置した。

子育て支援施設「ワニワニクラブ」は、子育て世代の主婦や子どもたちで日々賑わっており、商業者も、毎月「道民育児の日」（19日）には、特売・ポイントアップサービスを行い、子育て支援に取り組んでいる。

なお、併設する市民会館の運営も商店街メンバーが設立したNPO法人が受託。利用率が高く商業施設の集客に大きな効果を発揮している。

#### ■グリーンモールの整備

「暮らしの広場」第2弾として、平成19年12月には、まちのシンボルロードの遊歩道の整備を行い、休憩スペースや水路、樹木等を整備すると共に、夜の華やかさを演出するイルミネーションを一新した。整備した水路は、浅い小川形式の“ジャブジャブ水路”とし、殺伐とした工業地域のイメージを刷新した緑づくりを行ったことから、夏場は子ども連れの親子や涼をとる

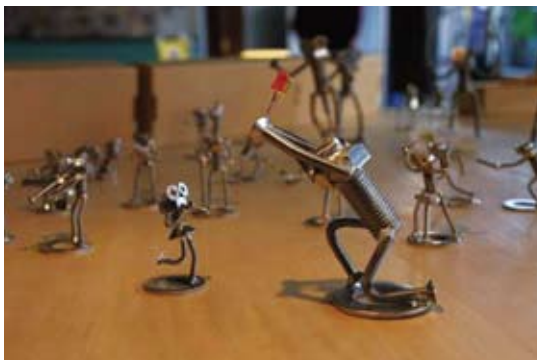
住民の憩いの場として、新たな交流が生まれ、賑わいを見せている。



グリーンモールのジャブジャブ水路

## 【取り組みの効果】

複合商業施設「ぶらっと。てついち」は、単なる商業施設としての機能だけではなく、地域のお茶の間として認知され、地域の市民活動も活発化し、まちが動き出した。子育て支援施設を運営する団体は、その活動が高く評価され、全国表彰で最高賞を受賞、さらに商店街二代目経営者らが中心となり「鉄」というまちの財産を生かしたまちおこしとして生まれたボルト人形“ボルタ”は、100種類を超え、約2年半で15万個を売り上げるまちのシンボルとなった。



「愛を告白するボルタ」など種類は100を超える

## 【今後の課題など】

「暮らしの広場」第3弾は地域の定住対策としての住まいの提供であり、高齢者にも子育て世代にも配慮した住宅の供給により、多世代にわたる居住人口の増加を目指し、商店街が中心となりワークショップや勉強会を重ねている。

## 【輪西商店街振興組合】

所在地：北海道室蘭市

会員数：73名

店舗数：70店舗

商店街の種類：地域型商店街

URL：<http://www.Kic1.com/wani/>

## 【この商店街にこの人あり】

土田 昌司郎

(輪西商店街振興組合 理事長)

「とにかくやってみよう!」、輪西商店街を持ち前の行動力で引っ張る土田理事長がモットーとする言葉。社会が必要としているコンセプトにどう商店街として絡んでいけるかが、商店街の生き残り策であると考え、平成17年から「ノーレジ袋運動」に取り組み、協力者にはポイントカードに加算するエコポイント制を導入するなど、常に時代のニーズを捉え、行動する商店街を牽引している。

## 【うちの商店街、ここが自慢】

輪西商店街の自慢は、商店街活動の枠に留まらないまちづくりを担う豊富な人材。この人材を生み出す源として、輪西青年経営研究会の存在がある。研究会は、輪西の商業者の2代目や3代目らで構成された40歳定年の組織で、数多くの勉強会やイベント等の経験が、「まちが成り立たなければ、商売も成り立たない」という意識の醸成に繋がっており、また会長職が1年交代で、多くの会員が会長職を経験する仕組みから、若い世代のうちからリーダーシップやマネジメント能力を培っている。



# 消費者協会が商店街に新たな風を

## ！ここがポイント

消費者協会が商店街に新規出店。高齢者、観光客をターゲットに新たなコミュニティビジネスを展開。



白老消費者協会内のアンテナショップ

### 【取り組みの背景】

大町商店街は、JR 白老駅から白老町役場までの町道中央通り沿い約500 m の間に約90店の小売店、飲食店、事務所が並ぶ商店街であったが、昭和58年の国道のバイパス化により、商店街通りの交通量が激減して以降、店主の高齢化、人口減少、近隣への大型スーパーの進出、さらに近年は、通信販売の普及などにより空き店舗が増加している。一方、商店街背後の大町、高砂町、東町の住宅地域は、高齢化率が高く、高齢者が徒歩若しくは自転車で役場・郵便局・銀行・JR を利用できるように加えて、日用品の買い物ができる商店街を活性化することは、地域コミュニティの維持の面からも強く求められている。

また、白老町には様々な観光資源や特産品があり、観光客は年々増加傾向(19年度:前年度比2.3%増)にあるが、商店街には特産品を扱う店舗がな

いため、観光客が立ち寄らない状況にある。

そこで、NPO 白老消費者協会は、商店街の空き店舗を活用して「高齢者の生きがいづくり」や環境や消費者の視点に沿った「啓発活動」、特産品の販促や観光ツールとしての「地産地消の推進」、「食の安心安全」を観点に、行政と民間事業者との間に立つ中間支援組織として、当該エリアでのコミュニティビジネス活動を実践することとした。

### 【取り組みの概要・経過】

商店街の空き店舗が目立つ状況をうけ、大町商店街では、新たな集客の呼び水になるような空き店舗への出店者を求めている。一方、白老消費者協会では、経済センター内の1室で消費生活についての普及啓発活動を行うとともに、白老駅構内で特産品の売店を運営していたが、消費者がより気軽に立ち寄れる活動場所を探していた。また、町では、空き店舗を活用した新たな出店をした場合の補助金を創設した(平成19年度)。こうした3者の想いが合致し、大町商店街の中の空き店舗に消費者協会が新たに出店し、「大町商店街賑わい再生事業」を立ち上げ、消費者相談等に加え次のような新たな事業展開を行った。

①「高齢者の憩いの場づくり」として、店舗の約半分を自由にくつろげるスペースとして整備し、同時に消費者被害防止等の情報を提供。

- ②町のアンテナショップとして、地場産物の委託販売のほか、地場産物を使って新たな商品開発をした白老町推奨「白老粋品（しらおいすいひん）」の販売、ネット販売に伴う梱包・発送業務。
- ③環境・リサイクル活動の普及と実践（古衣料の販売、食用油の回収等）。
- ④観光拠点の1つとして、来町者に対し観光案内等の情報を発信。平成20年は8月～11月初旬まで観光協会の委託を受け「白老まちなめぐりパス」の販売も実施。

## 【取り組みの効果】

これまで大町商店街には、野菜やリサイクル衣料などを販売する場所がなかったことから、消費者協会の店舗は地域住民に受け入れられ、利用者も増えつつある。また、“憩いのスペース”では毎日10時～15時まで接客にあたる者がいることもあり、くつろぎそのものを目的として訪れる高齢者の姿も見られるようになってきた。

産地表示した野菜をはじめ、安心・安全な地場産物を奨めることができ、特に山菜・きのこや新鮮野菜は人気で、その保存方法やレシピなども提供していることから、予約をしていく人もいるほどである。

また、これまで単独開催していた「消費生活展」を商店街の「げんき市」（年4回）と同時に開催した相乗効果により商店街は多くの人で賑った。

## 【今後の課題など】

女性の利用に加え男性の利用につながるような“憩いのスペース”での企画が必要。また、取扱商品の拡充等、より集客につながる物販のあり方も課題。

## 【白老大町商店街 (NPO 白老消費者協会)】

所在地：北海道白老町

会員数：34名

店舗数：34店舗

商店街の類型：近隣型商店街



改装後の空き店舗の外観と中の様子

## 【この商店街にこの人あり】

牧野 正典

(NPO白老消費者協会 理事長)

白老消費者協会は道内77市町にある消費者協会の中で初めてNPOを取得し、且つ店舗の運営をしており、他協会から注目を集めている。これらの取組は、発想力と行動力を兼ねそなえた牧野氏が理事長に就任してから実現され、信頼度100%のリーダーである。

平成20年には、財団法人アイヌ民族博物館の館長にも就任し、観光との連携事業も今後ますます期待できる。

## 【うちの商店街、ここが自慢】

白老町といえば、「食材王国しらおい」というキャッチフレーズがあるほど食材豊かなまち。特に「白老牛」「虎杖浜たらこ」は有名。観光協会が主体となりご当地グルメを展開している。大町商店街には、1年3ヶ月で約6万食を売り上げた「白老バーガー&ベーグル」の参加店が3店舗、今年新たに販売開始した「白老シーフードカレー」参加店が2店舗あり、商店街の来客数増加に貢献している。