

商店街のアートのスポットから 地域の魅力を情報発信!!

！ここがポイント

昔の建物が点在し、昭和の面影を色濃く残す商店街であり、芸術や建築関係者の人気を集めている。昔ながらの商店に加え、木造長屋を改装したカフェや工房ショップが人気を集め、地域に活気を与えている。



鳩の街通り商店街振興組合

【取り組みの背景】

鳩の街通り商店街は、80年の歴史を持つ古い商店街である。昭和初期の木造建築物がそのまま残っており、昔懐かしい昭和レトロな風景がそこにはある。

シャッターの降りた店舗が目立つ商店街を少しでも活性化しようと、NPO法人向島学会と協力し、起業や商売を志す人に空き店舗を提供する事業を開始することとし、また、3年後に開業する“東京スカイツリー”に訪れるであろう多くの観光客が墨田区を回遊する手助けとなる仕組みをつくるため、観光案内スポットとなる場所を提供することとした。

【取り組みの概要・経過】

商店街の中ほどにある一軒長屋（1階3部屋、2階3部屋）を起業や商売をめざす人の活動拠点

として提供し、商店街と協力しながら地域の活性化を目指す。

- ・H20年3～4月 空き店舗利用者の募集、決定
- ・H20年4～5月 空き店舗の改修工事
- ・H20年6～7月 5店舗（アトリエ、アートスポット、木工指し物工房、レザークラフト工房、陶芸工房）オープン

商店街ホームページにて情報を発信

- ・H20年11月 5店舗で秋のイベントを開催



↑チャレンジスポット！鈴木荘↓



【取り組みの効果】

- ・ 街歩きブームで、昭和レトロな風景を求めて商店街にきた人から口コミで空き店舗活動の情報が広がり、来街者が増えている。下町の隠れたアースポットとしても人気を集めている。
- ・ チャレンジスポット！鈴木荘への入居者は若い人が多く、商店街に若者が来るようになった。
- ・ 店舗が共同でイベントを企画するなど、コミュニケーションも生まれている。
- ・ 商店街の各個店は、これらに刺激されるとともに空き店舗で活動している人と交流を持ち、活性化の糸口がつかめつつある。



昭和レトロな風景

【今後の課題など】

- ・ 事業経費の確保
運営資金の公的補助が3年間で終了するため、それ以降の事業継続について運営資金の確保が必要である。
- ・ 広報・PRの強化
更なる情報発信の方法について、検討する必要がある。

【鳩の街通り商店街振興組合】

所在地：東京都墨田区

会員数：48名

店舗数：40店舗

商店街の類型：近隣型商店街

URL: <http://hatonomachi-doori.com/>

【この商店街にこの人あり】



理事長 松橋 一暁

商店街の活性化のためには苦勞を惜みず、日々いろいろなアイデアを出し、実行していきたいと考えている。

【うちの商店街、ここが自慢】

- ①昔懐かしい昭和レトロな町並みと風景が芸術や建築関係者に人気である。
- ②夏のイベント「鳩の街ジャズコンサート」で本格ジャズの生演奏が子供から大人まで大人気
- ③商店街オリジナルのエコバック作製、販売



↑オリジナルエコバッグ

商店街のオリジナル商品開発が 大成功!!

！ここがポイント

全国で初めて商店街のオリジナルブランド商品の開発を行い、ヒット商品を次々と生み出した。日本一住みやすい街を目指して地域に根ざした取り組みを継続した結果、平日でも賑わいあふれる商店街が復活した。



賑わいあふれる戸越銀座商店街

【取り組みの背景】

集客率アップを狙ったフリーマーケットの開催、高齢者を囲い込むためのシルバー会員制度の実施等、さびれつつあった商店街をなんとかしようと色々と試みた。どれもお客には好評で商店街に人は集まったが、肝心の店の売り上げにはつながらなかった。商店街内で使用できる商品券を配布した際に客から“これをもらっても商店街で買いたい物がない。”と言われ、商店街のなかでお客がほしがるものをつくれなかと考えて「戸越銀座ブランド」の発想が生まれた。

【取り組みの概要・経過】

オリジナルブランド開発の提案をした当初は、リ

スクが大きすぎるということで店主たちの反応は否定的だったが、オリジナルブランド第1号の日本酒を平成11年に発売したところ、新聞等に取り上げられたこともあり大ヒットした。これを受けて、他の店主達も次々とオリジナル商品開発に参加し、無添加・高品質・真心のサービスをコンセプトにしたソース、ワイン、お菓子等のオリジナル商品が次々と完成。オリジナルのパッケージデザインも完成し、ちょっとした贈り物として人気が出たため、それぞれの店の大きな収益源となっていった。

平成20年から、立正大学のゼミ生とタッグを組んでコロッケのまちづくりに取り組んでいる。惣菜店のコロッケが土産になるよう、大学生たちのアイデアでギフト用の箱を作った。また、店の地図も兼ねたチラシも作成。今後、学生達は毎月の銀六祭でオリジナルコロッケを販売し、まちづくりに携わる予定である。



戸越銀座コロッケ食べ歩きマップとギフトBOX

【取り組みの効果】

オリジナル商品がマスコミ等に取り上げられるようになるにつれ、商店街の知名度も上がり、賑わいあふれる商店街となった。

現在、とごしぎんざブランドの商品は30品目以上。各店のヒット商品となっている。

商店街に惹かれ、わざわざ戸越銀座に居を構える人も現れている。



とごしぎんざブランドの商品

【今後の課題など】

現在の商店街活動は、行政の支援があって成り立っている。商店街の株式会社化についても検討中。将来は行政支援に頼らない自立した商店街を目指したい。



とごしぎんざのアーチと子供に大人気の銀ちゃん

【戸越銀座商店街連合会】

戸越銀座商栄会商店街振興組合

戸越銀座商店街振興組合

戸越銀座銀六会商店街振興組合

所在地：東京都品川区

会員数：約320名

店舗数：約400店舗

商店街の類型：地域型商店街

URL: <http://www.togoshiginza.jp/>

【この商店街にこの人あり】



戸越銀座銀六商店街振興組合理事長

亀井 哲郎（宝飾・時計販売店店主）

☆オリジナルブランド開発の仕掛け人

【うちの商店街、ここが自慢】

- ・とごしぎんざブランド
- ・とごしぎんざまつり
- ・「戸越銀次郎（通称：銀ちゃん）」：商店街のマスコットキャラクター
- ・ユビキタス戸越銀座ラボ（愛称：とごしタス）：ユビキタス商店街プロジェクトの研究成果を発表する拠点
- ・とごしぎんざのお休み処：買い物客が休憩できる、商店街の情報か数多く集まったパブリックスペース。空き缶の回収機も設置されており、いつも多くの人で賑わっている。
- ・ハロースタンプ：商店街で実施するスタンプカード事業。ポイントをためると加盟店でお買物券として使える他、空クジなしの抽選会に参加できる。
- ・シルバーカード：高齢者を対象に配布し、加盟店でお得なサービスを受けられる。

昔懐かしい「市」を再現するとともに 地域資源を活用した魅力を充実し、 地域内外への「地域」「個店」「店主」 「商品・サービス」のPRを目的とする!!

！ここがポイント

一過性のイベント事業として終わらせることなく、魅力ある地域づくりと店づくりに向け、経営意欲の向上を図ることを目的としている。

昔懐かしい市は、若い世代には新しく、高齢者には懐かしく感じられ、幅広い世代に支持されている。

地域社会等の将来を担う若い人達の積極的な参加協力を図り、次世代の担い手として、当日、運営の体験をしてもらう。



ヨルイチに賑わう商店街の風景

【取り組みの背景】

数十年前に整備された五日市街道沿いの全長1.5kmの広範囲に立地している商店街である。

後継者問題、店主の高齢化、老朽化した店舗、大型店への消費の流出などによる売上高の減少が問題となっていた。

歴史ある「五日市」の繁栄の時代を取り戻そう

と「渋谷が村だった頃、五日市は町だった。」をスローガンに地域活性化事業が開始された。

【取り組みの概要・経過】

あきる野商工会で、総合振興計画策定事業の一つとして、五日市の活性化のためにヨルイチが企画された。

豊富な人材や資金力のある都心や大型店にまともに対抗しても、時代の変化のスピードに太刀打ちできない為、都心には無い魅力で対抗しようと考えた。

「古」「静」「暗」「スロー」「和」などをテーマに懐かしい「ヨルイチ」が平成15年8月に開催された。

地域住民の他、都心の若くセンスのある女性もターゲットに、以後、夏の終わりの土曜日に開催されている。

【取り組みの効果】

人を集める事が目的ではなく、また、当日に「モノ」を売るのも目的ではない。ヨルイチ以外の364日の経営のために、毎年テーマを決めてヨルイチは開催されている。

1年目は、まず地域を知ってもらうために「五日市を知ってもらう」をテーマに全体の事業運営や個々の店舗の経営を行った。その後、「店を知ってもらう」「人を知ってもらう」「商品やサービスを知ってもらう」とテーマをレベルアップしている。

ヨルイチの開催が店舗改装のきっかけになったり、後継者問題をクリアした店舗、店に眠っていた商品の高価値化に成功した店舗、新たな業態を展開した店舗なども増え、数字には出ない効果が表れている。

【今後の課題など】

悪天候の年でも、1万人以上の人が集まる事業となっている。

後日、また店舗に来てもらうための工夫をし、店主自ら当日の店舗運営を行っているため、当日の事業スタッフが足りない状況となっている。

地域住民や関係団体、西武信用金庫などの協力もあるが、まだ当日スタッフが不足している。

【五日市商和会 ヨルイチ実行委員会】

所在地：東京都あきる野市

会員数：57名

店舗数：69店舗

商店街の類型：地域型商店街

URL:<http://www.akiruno.ne.jp/yoru/>

【この商店街にこの人あり】

- ①毎年、特徴のある人材がヨルイチの実行委員長を務めており、その委員長の魅力がヨルイチのスパイスとして、新鮮な事業になっている。(写真左)
- ②地域住民でもある芸術家やデザイナーの先生が商店街の活動に協力的であり、ヨルイチの発足にも多大な協力を頂き、個店の店舗の設計や魅力付けにも多大な協力を得ている。(写真右)



【うちの商店街、ここが自慢】

地域資源や人材（デザイナー）を活用した個性的な店舗や昔懐かしい店舗が点在しているため、観光客も楽しめる商店街になりつつある。



多彩なイベントで賑わいを創出!

! ここがポイント

少人数・短時間で企画した毎月のイベントで毎回多数のお客を集める。
子供達が商店街活動に関わることで地域への愛着が増し、商店街が身近な存在となっている。



趣向を凝らしたイベントで賑わう鶴見銀座商店街

【取り組みの背景】

鶴見銀座商店街は旧東海道に沿って出来たもので、昭和28年に協同組合として組織された。京急鶴見駅前にあり、JR鶴見駅にも近いという立地だが、以前は、客が少ない商店街としてテレビに出たりもしていた。

【取り組みの概要・経過】

まずは商店街を認知してもらい客を呼び込もうということで、商店街の名称を「ベルロードつるみ」に変更。約10年の歳月をかけてイベント事業を軸としたスタッフの育成としくみ作りを進めてきた結果、今ではユニークなイベントやアイデアに満ちた事業を展開し続けている商店街として名を馳せるまでに至った。

◇主な取り組み

・ちびっ子王国

年に一回開催される子供対象無料のチャリティイベント。商店街の通りを歩行者天国にして様々な催しを随所で繰り広げるが、その運営の一切を地元の中学生に任せている。

・ドット来〜い!!

毎月第4土曜日に開催されるセールイベント。事前に買い物客に各店で抽選券を進呈し、毎回のテーマに沿った賞品をラインナップしている。商店街への集客を目指し、各個店の利益を上げることを目標としている。

・医療機関マップの作成

全国的にも珍しい商店街と医療機関、薬局がコラボレーションしたマップ。

商店街周辺に増えた医療機関とタイアップすることで、常に利用してもらえる保存版マップづくりに成功した。商店街スタンプとも連動させることでPR効果も狙っている。



【取り組みの効果】

ちびっ子王国では、企画・運営をする中学生がボランティアへの関心を深めたり、商店街関係者と親しくなることで、商店街が身近な存在となっている。企画に携わった中学校からは商店街のお店に就職する卒業生も出てきており、商業後継者の担い手作りにも役立っている。

ドット来〜い!!の抽選会には毎回900~1000人が参加、商店街を回遊してくれることで商店街各店の売り上げアップにもつながっている。また、第4以外の土曜日も賑わうなど効果は大きい。



抽選会は毎回大好評

【今後の課題など】

- ・イベントをマンネリ化させることなく、これからも継続していくこと。
- ・シニア向け新たなサービスの提供と若年家族層をユーザーとして取り込むこと。

【鶴見銀座商店街協同組合】

所在地：神奈川県横浜市

会員数：76名

店舗数：約80店舗

商店街の類型：地域型商店街

URL: <http://tsurugin.com/>

【この商店街にこの人あり】



鶴見銀座商店街協同組合

理事長 岡野 誠一

横浜市商店街総連合会会長も務める傍ら、地元警察署や行政諸機関の民間委員としても活躍している。その活動範囲は実に多才である。



鶴見銀座商店街協同組合

副理事長兼事業部長 塩田 一善

鶴見のまちをどうしたら元気にできるかを常に考えている人。商店街活動の実行部隊でもある若手達の兄貴的な頼れる存在。

鶴見銀座商店街協同組合 事業委員

田中 孝一、八木 幹雄、

中西 英一、大平 憲太郎

地域のイベント活動などに尽力している面々。イベントにはお金をかけずに知恵を絞る！をモットーとし、毎回ユニークなイベント等を企画するアイデアマン達である。

街なかサロンを活用して 地域コミュニティに寄与!!

！ここがポイント

老舗の旧酒店を利用して、色々なイベント・教室の開催で商店街外部からのコミュニティ活動を促進・商店街サロンの役割を担って、地域の街歩き観光・賑わいに寄与。



アーケード改築中の上古町

【取り組みの背景】

新潟市上古町商店街振興組合は新潟県の県都であり、政令指定都市になった新潟市の中心商店街で、白山神社から古町商店街^{かみ}の上から始まる500メートルの商店街（1番町～4番町）である。上古町商店街は、新潟県内屈指の参拝者数を誇る白山神社と榎谷小路商店街を結ぶ門前商店街として栄えてきたが、高齢化により店舗の廃業が目立つようになり、空き店舗が年々増え商店街の魅力が衰退していた。まちの賑わいを取り戻すべく4つの商店街が団結して平成18年に商店街振興組合を設立した。現在では、両側に約110店の様々な業種の商店が軒を連ね、若年層を対象にしたセレクトショップ、個性豊かな雑貨店から老舗菓子店が並ぶバラエティに富ん

だ商店街である。

【取り組みの概要・経過】

2004年上古町まちづくり推進協議会を立ち上げ、まちづくりを勉強しはじめたところ、「この街は情報発信が足りない」ことに気づき、その第一歩として「カミフルマーク」を作成。現在では、ホームページや各種イベントを通じて定着してきている。次に「上古町を知って頂く」ことを目的に情報地図「カミフルチャンネル」の作成。2004年に第1号を発行し、現在では第7号まで発行している。また、空き店舗対策としてまちづくりの情報拠点「ワタミチ」を開設（ワタミチは元々渡道酒店という老舗酒販店であったが、店主が高齢になり店を閉めることを聞き、真向かいでTシャツ販売・デザイン店を営む：迫一成理事（もともとは地元TMOが運営するチャレンジショップの卒業生）が借り受け、コミュニティサロンスペースに活用）そこを拠点に、多種多様なイベントや文化教室を開催。その結果、商店街を拠点とする新たなコミュニティが形成され、街歩き観光も盛んとなり街に活力が生まれた。また、長年の懸案だった来街者への「安心・安全・明るさ」の提供のため、環境整備事業も実施、平成20年2月新潟市の中心市街地活性化基本計画の認

定を受け、アーケードの立て替え（総事業費約7億円・国と市より96%を補助）に踏み切った。完成時期は、平成21年3月予定で、その後歩車道の整備が予定されている。上古町商店街では、ソフトとハードの両面から商業集積地としての魅力を形成することにより、元気がある街を創出し、集客力の増強を図っている。

【取り組みの効果】

かつて新潟市の商業の中心地であった上古町商店街も衰退のため家賃が下がったことと、上町という古くからの雰囲気が残っていたことから、徐々に若者が出店するようになり、また、いろいろな話題が口コミで広がり県外からも出店の打診や視察があるなど、魅力の再発見に繋がった。この魅力と街のもつ温かみを情報発信することにより、新しい経営者の進出を更に促すことが可能となる。旧経営者は新経営者や若手経営者と共生・刺激し合うことにより活力のある商いの場の形成ができていると思っている。これによって消費者に利用され、近隣の住民に愛され、地域コミュニティに寄与することができると思っております。

【今後の課題など】

上古町の今後の課題としては、①郊外大型店及び百貨店等の商業施設との差別化、②周辺居住人口に即した歩行者通行量・売上高の低迷に対する対策、③消費者ニーズに対応した業種構成の補完、④組合の組織力、後継者育成の強化が挙げられる。

上古町は『温古知新』の精神が基本です。

- ・ 人に温かいまち
- ・ 古きよきまち
- ・ 心知り合うまち
- ・ 新しいことにチャレンジするまち

今後もこの理念を踏まえ、新しい事にどんどんチャレンジをして行きたい。

【新潟市上古町商店街振興組合】

所在地：新潟市中央区古町通三番町555番地

会員数：142名

店舗数：110店舗

商店街の類型：近隣型商店街

URL: <http://www.kamifuru.info/>

【この商店街にこの人あり】



専務理事 酒井 幸男

いつまでも前向きに進んでいきたい。

Noと言わない街になりたい。

【うちの商店街、ここが自慢】

代表理事 金巻 保男（81歳）

専務理事 酒井 幸男（60歳）

理事 迫 一成（30歳）

歳の違う3代の理事が各々の年代を越え、上古町の商店街を想い、がんばっている。