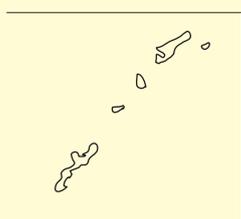
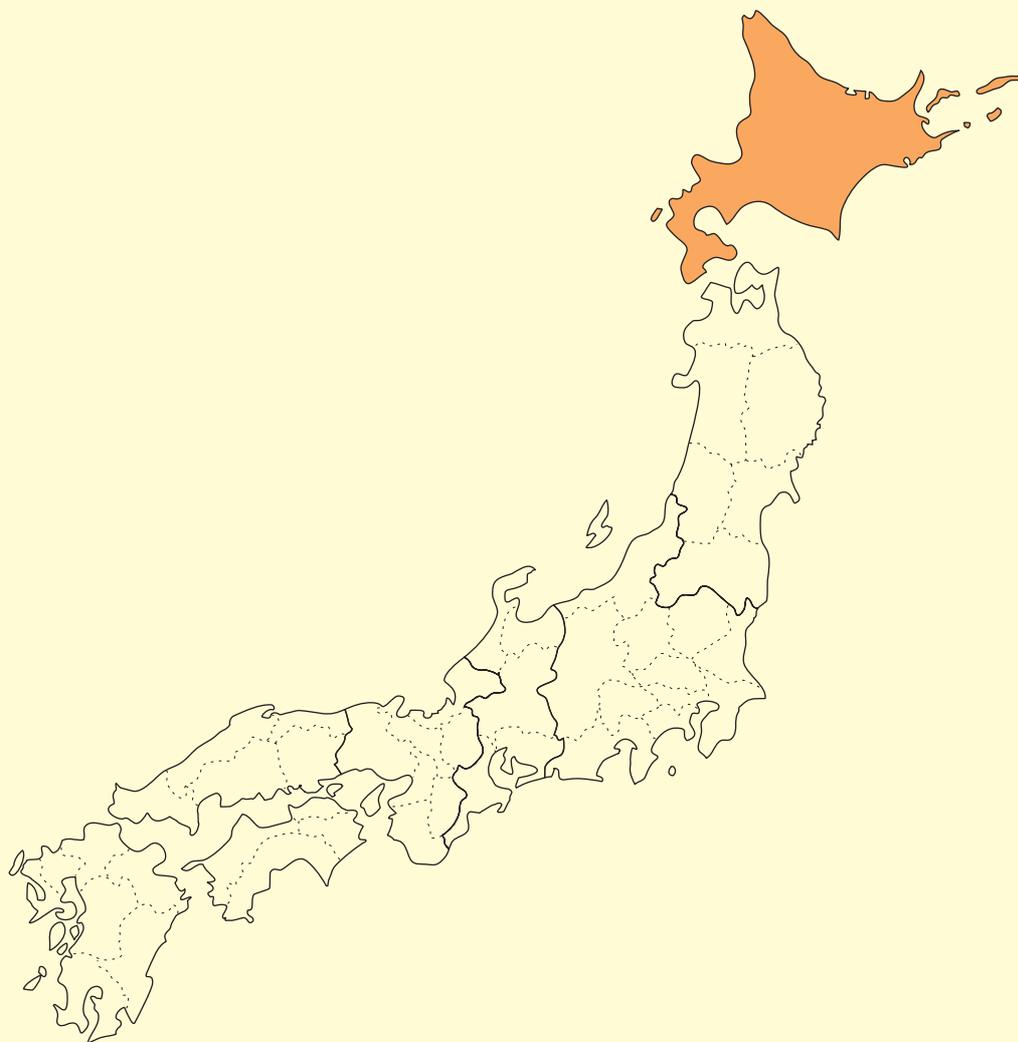


2 アイデア商店街

全国の商店街において、活性化に向けた独自性のあるアイデアや工夫について掲載しています。



(1)北海道

北見市内 4 商店街（北見市）・・・・・・・・・・ 84

函館西部地区バル街（函館市）・・・・・・・・・・ 86

回遊性を高める空間作りで魅力創出

！ ここがポイント

大型空き店舗を活用したチャレンジショップ運営と各種イベント事業による賑わい創出を目指して。



事業実施の背景

北見市は、明治30年、高知県からの北光社移民団と屯田兵により開拓の礎が入れられて以来、オホーツク圏の中核都市として発展してきた。昭和31年に市政がひかれ、平成18年3月には近隣の端野町、常呂町、留辺蘂町と合併し、面積1,427 km²となり、北海道で第1位、全国でも第4位の面積を有する自治体として、産業・経済、医療、教育、文化・スポーツなど、オホーツクの拠点、商業流通の中核的役割を担っている。

昭和50年代までは、行政と商業者などが協力し、駅前再開発事業、モール化事業、商業近代化事業などに積極的に取り組んできた。

しかし、急速に発達したモータリゼーションは車依存型都市の性格をもたらし、昭和60年代に入り、郊外の国道39号沿いの三輪地区に大型商業施設の出店が相次ぎ、都市の郊外化現象が顕著となった。

こうした中、平成10年に空洞化が進む中心市街地の現状に危惧を抱く市民や商工関係者などが中心となり、北見市中心市街地活性化推進協議会を設立し、中心市街地活性化基本構想の

策定に入り、市はこの基本構想をもとに、平成12年に「北見市中心市街地活性化基本計画」を策定した。

また、同年7月に「TMO構想」が認定され、北見商工会議所がタウンマネジメント機関となり、活性化の取り組みを進めてきた。

TMOでは、中心市街地の大型空き店舗を活用したチャレンジショップの運営事業のほか、この場所を利用した文化教室やギャラリーを開催し、各種イベントや地場野菜の即売等による賑わいの創出に向けた中心市街地の活性化の取り組みを進めている。

事業の概要

「まちなかSHOW10」

大型空き店舗を活用し、市民の利便性の向上を図り、回遊性を高める空間づくりにより魅力ある中心市街地の再構築を目指すことを目的に平成14年から「まちなかSHOW10」としてオープンしている。

「まちなかSHOW10」のフロアは、約300坪で、新規創業者支援事業としての「チャレンジショップ」を柱に、品揃えや人の配置ができず、チャレンジショップに応募できない人を支援する「ワンボックスオーナー」や「ハンガーバー」のほか、コミュニティスペースで構成されている。

平成17年度のチャレンジショップは、物販6店舗、飲食2店舗の計8店舗が出店したほか、ワンボックスオーナーは手づくり製品等が好評で、ハンガーバーでは、衣類リサイクル商品の参加希望者が殺到した。

北見市内 4 商店街

北見大通商店街、北見一番街商店街、北見二番街商店街、北見銀座商店街

所在地 : 北見市

組合員数 : 212 商店

(大通32、一番64、二番64、銀座52)

商店街の類型 : 地域型商店街

コミュニティスペースでは、市民サークルの発表の場としての「街角ギャラリー」やお茶コーナー・休憩所を設置している。お茶コーナーでは、珈琲はもちろん北見在住の韓国留学生が紹介した「ゆず茶」が特に反響があった。現在は「ゆず茶」自体を販売しており、高麗人参茶、コーン茶といった韓国茶も提供し好評を得た。

また、陶芸教室や絵手紙教室、クリスマスリース教室など文化教室も開催しており、毎回たくさんの市民が参加し、地元の新鮮野菜の即売を定期的に行ったほか、オホーツク管内のハッカ製品を代表する観光土産品や元気印の商品の展示販売、高校生のアンテナショップなど、郊外体験学習の場としても利用されている。

事業の効果

チャレンジショップは、実践の場の提供と座学を組み合わせ実施しており、毎年独立開業者が輩出され中心商店街で開業し、空き店舗の減少に貢献している。

中心商店街の来店者は高齢者が多く、休憩の場、軽食を取る場所として「まちなかSHOW10」の役割は大きく、また、様々なイベントの開催により人が集まり、賑わいが創出され、商店街全体へのイメージアップに繋がっている。

事業の課題

「まちなかSHOW10」全体のディスプレイに統一したイメージ、面白さ、空間の有効活用などが課題であり、商店街とより一体となったイベントの開催やチャレンジャーの独立開業への意識づけ、心構えなど徹底した研修強化が求められる。また、高齢者対応の視点からは、「健康の湯＝足湯」コーナーや、休憩コーナーの充実が求められる。



チャレンジショップ風景



イベント風景

個性的な町並みと飲食店の既存資源を活用

！ ここがポイント

伝統ある函館の西部地区をスペインの「バル街」に見立てて「飲み」・「歩き」を徹底的に楽しもうというユニークなコンセプトを設定。

商店街等活性化事業の事例

北海道函館市

函館西部地区バル街



「2006 春のバル街」ポスター

事業実施の背景

平成16年2月16、17日に開催された「2004 スペイン料理フォーラム in HAKODATE」のイベントの一つとして、「西部地区で一晩のバル街を」と名づけた飲み歩きの催しが行われた。スペインの飲食文化を代表する「バル街」を函館の西部地区に再現し、世界的なブームになっているピンチョスをつまみにお店をハシゴして歩くという企画は、西部地区の25店の飲食店の協力で行われ、400人を超す内外の参加者により大盛況で終了した。

この「バル街」終了直後から再度の実施を希望する声が多く寄せられたため、「フォーラム」実行委員会が再度集まり、「函館西部地区バル街実行委員会」を組織し、第2回以降を単独イベントとして実施することとなった。

事業の概要

「バル街」

函館の旧市街である西部地区の個性的な町並みと飲食店という既存資源を活用し、新たなイベントを創出する。

- ・ 一冊3,000円(600円の券が5枚つづり)を前売りチケットとして販売し、参加者はこれを購入することで当該イベントへ参加する。
- ・ 参加者はチケットとともに渡されるバル街マップを基に、店を選択する。
- ・ 参加店は、チケット半券1枚で、ドリンク1杯と各店が趣向を凝らしたピンチョス(スペインのバルで出される、ひと口かふた口で食べられるおつまみのこと)を提供する。
- ・ 半券は1店で1枚限りの使用が原則であり、チケット1冊で5店のはしごをすることができる。
- ・ イベントにかかる経費はチケット収入の一部で賄い、行政等の補助金には依存しない持続可能な仕組みづくりを指向するとともに、参加者、参加店舗それぞれにメリットが生まれるシステムを構築。

事業の効果

西部地区のイメージ向上

函館の伝統をかたち作ってきたまちで、グラスをかたむける雰囲気と、それにふさわしい店が多数存在することを参加者が認識し、さらに、日常にない特別なコミュニティ空間が創出されることにより、当該地区の魅力の再発見につながった。

参加店舗の認知度の向上(高いPR効果)

当該イベントを機会とし、各店舗において趣向を凝らしたピンチョスを提供するなどの経営努力の結果、新規顧客の確保や店舗のPR、リピーターの増加などに大きな効果が得られ、参加店のメリットが実感できるイベントとなっている。

新たな観光資源の誕生

優れた企画力によるイベントそのものの魅力に加え、実行委員会の周到なパブリシティ戦略の成果により、わずか5回の実施にもかかわらず、その知名度は飛躍的に高まってきており、旅行エージェントが興味を示すなど、函館市の新たな観光資源として期待されている。

事業の課題

組織体制の整備

補助金等に頼らない事業システムの構築を指向してきたため、経済的には自立できているが、事業運営についてはボランティアのマンパワーに頼るところが大きく、組織体制の整備が必要である。

イベント回数の増加

現在、年2回（春、秋）のペースで実施しているが、回数増加や通年化への移行について要望があり、検討が必要となっている。

キャパシティの強化

平成18年4月開催の第5回には、50店が参加し、2,000人以上が参加（第1回は25店、400人）するまでに成長した。一方、店舗数に対し来店者数が多くなってきた（1店平均来客数200人超）ため、各店舗の対応能力が限界となってきており、魅力的な店舗の発掘や、イベント時間の延長、あるいは開催日の複数設定などの検討が必要となっている（第5回では初の日曜日開催、午後2時から実施するなど改善に向けた取り組みは既に一部実施）。



バル街当日

函館西部地区バル街

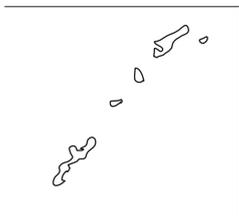
所在地 : 函館市
 参加店数 : 50店（第5回参加店）
 商店街の類型 : 広域型商業集積
 関連URL : <http://www.ehako.com/bar-gai/>



「2006 春のバル街」マップ



当日は路上ライブも行われる



(2)東 北

八戸屋台村「みろく横丁」(青森県八戸市)・	90
(株)黒船(岩手県奥州市)・	92
花輪新町商店街(秋田県鹿角市)・	94
中通り商店街(山形県酒田市)・	96
新庄南北本町商店街等(山形県新庄市)・	98
昭和縁結び通り商店街(山形県高畠町)・	100
<small>あらまち</small> 桐町通り商店会(山形県米沢市)・	102
七日町通りまちなみ協議会・アネッサクラブ (福島県会津若松市)・	104
郡山市中央商店街(福島県郡山市)・	106

！ ここがポイント

若手起業家育成のチャレンジショップ的要素を持つとともに、日本初のリサイクルシステムを取り入れた地域循環型屋台村として地域活性化に貢献。



みろく横丁風景

事業実施の背景

八戸市は、青森県の南東部に位置する人口約25万人の都市である。市の中心市街地は古くから八戸藩の城下町として、行政や金融、商業等の様々な機能の集積により、長年にわたり多くの市民が集うコミュニティの拠点であると同時に「八戸の顔」として発展してきた。

しかし、近年のモータリゼーションの進展、消費者ニーズの多様化、大型商業施設の郊外進出や公共施設の移転などを背景に中心市街地の空洞化と商業機能の低下がみられ、その活力が失われつつある。

市では、平成12年3月に中心市街地活性化基本計画を策定し、商工会議所や事業者等と連携しながら中心市街地活性化に向けた対策を講じてきたが、同時に、民間の動きも活発で、平成14年12月の東北新幹線八戸駅開業に合わせ、新幹線実行委員会の関係者により設立された「(有)北のグルメ都市」によって八戸屋台村「みろく横丁」が開設された。

八戸屋台村「みろく横丁」は、中心市街地に位置する三日町と六日町を貫き、歩行者専

用通路を作ったことからその名がつけられた。厳しい審査を勝ち抜いた25店舗が軒を連ね、全国に誇る八戸の食材を用いた郷土料理を提供し、市民や観光客で連日賑わいをみせており、首都圏から訪れる観光客を呼び込む目玉として、中心市街地活性化に大きく貢献している。

また、発生する生ゴミを肥料にリサイクルするなど日本初のリサイクルシステムを構築し環境への配慮に取り組むとともに、各出店者が屋台村出店の一つのステップとして、中心市街地の空き店舗等への出店も期待されるなど、空き店舗対策やチャレンジショップ的意味合いも兼ねるなど、様々な要素を持ち合わせ、地域活性化につながっている。

事業の概要

日本初の環境対応型屋台村

各屋台は全てリサイクル資材を利用し、路面には廃タイヤチップを混ぜた資材を活用。また、割り箸を回収してコピー用紙に再生するとともに、各店舗から発生する生ゴミをリサイクルし、肥料として農家に提供するなど日本初のリサイクルシステム構築によるゼロエミッションの実現によって、日本初の環境対応型屋台村として環境配慮に重点的に取り組んでいる。

若手起業家の育成

若手起業家が屋台村へ出店し、実際に営業しながら経営のノウハウや技術力の向上などといった経験を得ることで、若手起業家の育成が図られると同時に、出店期間を3年間とすることでチャレンジショップ的要素や中心市街地空き店舗対策へもつながっている。

地元食材の提供と郷土料理のPR

地元八戸の食材を用いた郷土料理等を市民や観光客へ提供し、八戸の郷土料理のPRを図るととも

に、スローフードの考え方をコンセプトとし、人と人とのコミュニケーションの原点である屋台の良さを十分に発揮することで賑わい創出につなげている。

屋台村役場の設置

屋台村内に屋台村役場を設置し、観光パンフレットや飲食店情報誌等を掲示するなど、情報発信基地的要素を持たせることで、観光客等来訪者へ市内観光地・イベント・飲食店情報のPRが図られている。

事業の効果

中心市街地への集客力向上

地元郷土料理を初めとしたバラエティーに富んだ料理の提供により、営業開始から3年間で百万人を突破する等、多くの市民及び首都圏を初めとする観光客が訪れ、中心市街地の賑わい創出につながっている。

環境配慮への意識啓発

屋台村では、割り箸をコピー用紙に再生したり、生ゴミを肥料へリサイクル利用するなどゼロエミッションに取り組んでおり、それらのリサイクル量を掲示板に掲示することで、屋台村出店者及び来訪者の環境配慮への意識啓発を図っている。

起業家の創出

3年間を一つのサイクルとして、起業家出店の場を提供することで、経営ノウハウや技術力を実際に営業しながら向上させることができ、自主開業へつなげることで、地域活性化を図っている。

第1期は平成18年3月31日までで、実際に自主開業に至った店舗は10件。4月18日には、みろく横丁全体をリニューアルオープンした。

事業の課題・反省点

当屋台村は、市民を初め多くの観光客が訪れる場所となっているが、中心市街地の他の街区への波及効果が十分であるとは言い難い。八戸市では、みろく横丁を初めとして中心市街地に幾つかの横丁が存在するが、各横丁の連携強化と来街者の回遊性向上により中心市街地の賑わいを取り戻すことを目的とした「八戸横丁連合協議会」が設立された。今後は、他の横丁と連携を取りながら、その効果を中心市街地全体へ波及させていく取り組みが求められる。

八戸屋台村「みろく横丁」

所在地 : 青森県八戸市
 事業主体 : 有限会社 北のグルメ都市
 関連URL : 八戸屋台村「みろく横丁」
<http://www.36yokocho.com>

みろく横丁風景



エコ掲示板



屋台村役場



！ ここがポイント

蔵を活かした「黒船百年計画」、民間主導によるガイドラインに基づく街づくりの推進により、全国で唯一無二を目指した街づくり。



蔵町モールの様子

事業実施の背景

岩手県奥州市江刺区「^{いわやぶどう}岩谷堂」地区は、商人の街として、また旧江刺市の中心市街地として長く栄え、その機能を十分に発揮してきた。その名残として100棟を超える「蔵」が市街地に存在している。

しかし、都市計画事業により市街地の再構築を図っていくなかで、歴史的に貴重な財産である「蔵」が取り壊されていき、また、平成5年にテーマパーク「歴史公園えさし藤原の郷」がオープンし、年間約20万人の観光客が訪れるようになったものの、多くは中心商店街を通らず、商店街の低迷が続いた。

そのような状況を打開するべく、江刺の現状を憂える若手経営者11名が中心となって、街づくり会社「(株)黒船」を立ち上げた。

(株)黒船では、江刺の財産として数多く残る蔵に着目し、この歴史的建造物を後世に残し、活用し、人を呼び込みたいと考え、街づくりガイドライン「黒船百年計画」を提案し、数多く残る「蔵」を活かそうと考えていた市内商店街を覚醒させ、街の再生に向けて本格的な取り組みが始まった。

事業の概要

蔵を活用した街づくりの推進

ガイドラインを元に、蔵を活かした街づくりを先導的に推進している。

取り組みの中で、街づくりの核となっているのがガラス製品販売とガラス工房からなる「黒壁ガラス館」である。平成10年4月に滋賀県長浜市の(株)黒壁が出店し、平成14年4月から(株)黒船が直営している。

当施設を中心に、民間でも蔵を活用した店舗が次々と開設され、蔵の町並み形成が進められている。

なお、この動きと連携し、回遊性を創出する歩行環境を整備した歩行者専用道路「蔵町モール」の整備や、ステンドグラスを取り入れた街路灯整備、「音」をテーマとした街づくりの取組等、民間の動きに官も連動して街づくりを行っている。

TMOと連携したイベントの実施

蔵を活かした町並みの中心にある「蔵町モール」を舞台に、TMOとの連携により賑わいの創出のために各種ソフト事業を展開している。

- ・「蔵まち市」(年間1、2回)
周辺商店街とも連携し、蔵の町並みを散策しながら買い物が楽しめ、同時に郷土芸能やアトラクション、園芸市等が行われている。
- ・「水曜日」(毎週水曜日)
新鮮な野菜や手作り品を安価で販売している。個店の逸品運動としても位置付けられている。
- ・「おらほの祭り」(毎週日曜日)
鹿踊や神楽、剣舞、村歌舞伎等郷土芸能の公演を行い、市民から好評を得ている。

事業の効果

蔵を活かした街づくりの進展

これまでも「蔵」を活かしたいと考えていた潜在者の意識を覚醒させ、本格的な取り組みが始まることにより街にインパクトを与える事が出来た。

観光客の取り込み

蔵を活かした回遊性のある街づくりを展開することにより、年間20万人を集める藤原の郷を中心とした観光に一段と厚みが加わり、観光客の増加とともに、街なかへの観光客の取り込みも期待されている。

補助事業ではない独自事業の継続的实施

TMOを中心に関係機関と連携し、補助金に頼らないイベント事業を継続的に実施したことにより、市民にとって新しい風物詩としてイメージの定着がみられる。

新たな店舗等の創出

これまで商店街の中心部に位置しながら製造卸業のみの店舗が小売部門を設けたり、商店街で「クーポン券」発行活動が行われるなど、個々の商業活動、商店街としての活動が活発化してきている。

事業の課題

蔵の活用は、現在123棟（平成17年4月現在）のうち、全体の約1割程度にとどまっている。補修改修費用は坪100万円から200万円かかり、資金的な面から年間1棟程度の活用しか出来ず、所有者の高齢化も加わり今後の対応が大きな課題となっている。

また商店街の活性化事業は従来、個店、個々の商店街により実施されてきたが、それぞれの個性を活かしながらも、中心商店街全体を見据え、ビジョンを共有して、着実なアクションを起こしていかなければならない。

そのためには、中心市街地をひとつのテーマパークとして捉え、歩いて楽しく、面白い、気持ちが良い、生活してみたい街並みに生まれ変わらせる必要がある。

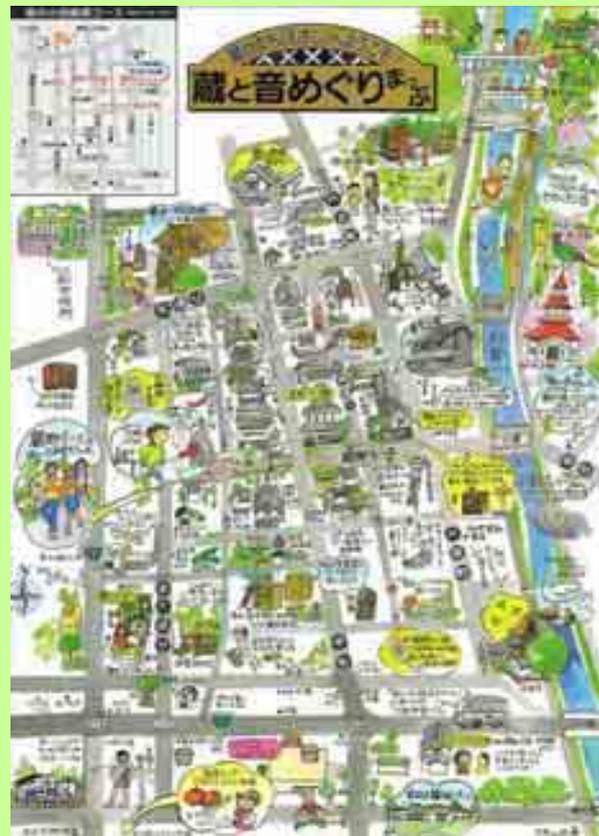
江刺区の持っている歴史や文化資源を大事にしながら、他都市に真似のできない、特徴のある街づくりを進めることが重要である。

(株)黒船

所在地 : 奥州市
 資本金 : 9,910万円（平成18年4月現在）
 会社の類型 : 100%民間のまちづくり会社
 関連URL
 (株)黒船 <http://www.macne.jp/~kurofune/>
 江刺商工会議所 <http://www.pupwawainetne.jp/~ecc/>



黒壁ガラス館



高齢者への癒しのカードとお店のサービス

商店街等活性化事業の事例

秋田県鹿角市 花輪新町商店街

！ ここがポイント

地域の幅広い世代に商品や情報、文化を提供する「お買い物」として地域社会の核へ。



発券キャンペーンイベントの様子

事業実施の背景

鹿角市は秋田県の北東端にあり、北奥羽三県のほぼ中央に位置する人口約3万9千人（平成14年）の都市である。

市の南部には八幡平、北部には十和田湖の国立公園と接し、市内を流れる清流も多いなど自然環境に恵まれていることから、「青垣をめぐらす鹿角」と言われている。

市域は、東西に20.1km、南北に52.3kmに達し、総面積707.34km²の広さを有し、その8割を林野が占めている。

主要産業は、農業と鉱業という時代が長く続いたが、社会経済情勢の変化とともに第3次産業の占める割合が高くなりつつある。

鹿角市の中心市街地ではいくつかの商店街が連なり、この地域の生活を支える役割を果たしてきた。「キララ新町」という愛称の花輪新町商店街も地域密着の商店街の一つである。

しかし、近年では全国的に依然厳しい経済状況、少子高齢化、モータリゼーションの進展等の諸問題が商店街活動にも影響を及ぼしている。

特に、鹿角市では急速な高齢化が進んでおり、商店街も早急に何らかの手を打たなければならない状況にある。

当商店街では、商店街としてどのような活動ができるのか、ということに着目し、高齢者に優しいまちづくりを推進するため、今後の商店街はただ商品やサービスを提供するだけでなく、地域社会の核としての公共的な役割を持つことが必要であると考えた。つまり、商店街は「売り場」としての商店街から、地域内の幅広い世代に商品や情報文化を提供する「お買い物」としての広場に変身することを目的として、特に高齢者問題に重点を置く事業を実施することに至った。

事業の概要

(1) 高齢者優遇カード（すこやか会員証）の発行事業、会員拡大イベントの実施

60歳（発行当初は65歳）以上の方に対して会員証を発行。また、会員拡大イベントを実施した。

すこやか会員証について

1) すこやか会員概要

60歳以上の高齢者に入会資格があり、特典として花輪新町商店街、他商店街の各参加店でのオリジナルサービスを受けることができる。

2) すこやか会員証の工夫

会員証には天然トルマリンパウダーが配合されており、持っているとそのマイナスイオン効果で心身ともに癒される効果を持っている。また、会員証の裏には「ライフカード」として会員の生年月日、緊急時の連絡先、かかりつけの病院、保険証番号などが記載されており、外出中万が一の場合に対応できるようになっている。

3) 加入者数と参加店数

加入者数 282人 参加店数 54店

(2) 高齢者、来街者との交流拠点の設置

街区内の空き地を利用し、簡易休憩所及び商店街のアーケード下にイス、テーブルの設置を行った。

(3) 事業推進委員会の設置

専門家、高齢者、消費者、商店街代表者等をメンバーとする委員会を設置し、高齢者に優しいまちづくりのための検討を行った。

(4) 先進地視察

シルバーカード発行に関して、先進地を視察し、当事業の実施に当たっての参考とした。

事業の効果

シルバーカードを発行するにあたり、近隣商店街にもサービス店への参加協力を呼びかけたところ、約20店の協力が得られた。

当事業を通して、実際に高齢者と接する機会があり、高齢者のニーズや高齢者社会に対応するまちづくりの課題を見いだすことができた。

会員証の内容、利用について高齢者の方に理解をしていただくのは困難であった。

今後は、当事業から得られた課題について、専門家に調査・分析を依頼し、さらに検討、改善が必要である。

事業の課題

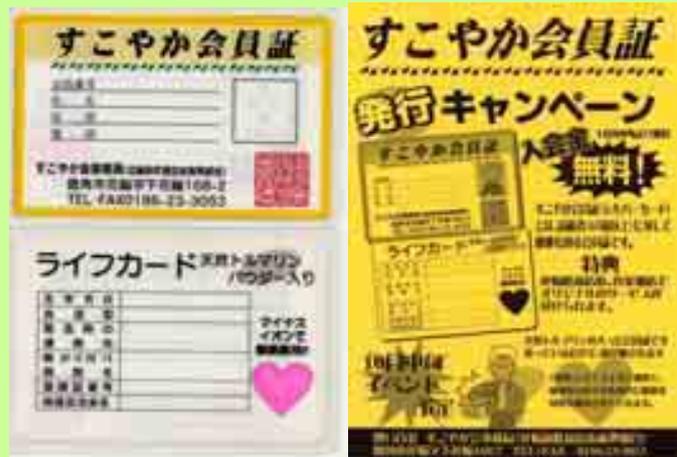
当初予定では、500人くらいの会員獲得を目指していたが、300人弱にとどまった。マスコミを使ったPRの不足、老人会等への働きかけの問題、参加サービス店のPR不足が響いた。また、高齢者の方に会員証のメリットや内容、参加店のサービスについて理解してもらうことが大きな課題である。

花輪新町商店街

所在地 : 秋田県鹿角市

会員数 : 40 商店

商店街の類型 : 地域型商店街



すこやか会員証およびキャンペーンチラシ



発券キャンペーンイベントの様子

！ ここがポイント

商店街が定めた理念をもとに、コミュニティビジネス・地域性・地域文化・社会性・公益性を柱とする事業を展開し、商店街のにぎわい回復。

事業実施の背景

中通り商店街は、商業都市酒田の中心商店街として活動し、近隣や消費者への生活文化の提供と情報発信等、地域消費者へ大きな役割を果たしてきた。昭和51年の酒田大火により中心商店街の90%を焼失し復興に立ち上がり今日に至るも、ドーナツ化現象などの環境の変化により中心地の居住人口減少と商店数の減少が見られる。

平成16年に「17(いーな)なかもち活性化委員会」を設立、商店街の問題点の究明と研修を重ね方向を模索し研鑽を積んでいる。また、イベントや販促活動を手がける事業委員会も設立し、どうすればお客様に満足していただけるかを目標に活動している。商店街にしかできないサービス・活動をどのように進めていくべきか常に研究するとともに、商店街事業の行動基本とする理念を策定し、この理念のもとに具体的に事業を実施している。

・中通り商店街理念

1. 中通り商店街は、お客様のために、お客様とともに生きる。
2. 中通り商店街は、社会に広く奉仕する心を持つ。
3. 中通り商店街は、明るく、楽しく、互いに助け喜ぶ。
4. 中通り商店街は、酒田の伝統ある生活文化を継承していく。
5. 中通り商店街は、商店街の模範となることを精神とする。

事業の概要

酒田TMOが運営する「さかた街なかキャンパス」で開催するイベントでの学生等との共同事業

- ・東北公益文科大生との「だがしや学校」の開催。
- ・高校茶道部によるお客様とお茶会。

選挙セール事業

- ・選挙の投票率向上の支援とともに、商店街への来街者増加を目的とするもの。
- ・投票済証を提示することにより、特価商品の購入や各種割引のサービスなど、特典を提供する。
- ・合併により広域化した地域への共催の呼びかけ。

大根市・飛島まつり事業

- ・地産地消の推進と伝統の継承を図るもの。
- ・農業・漁業(産直)と商業(商店街)とのコラボレーションと、新たな販路拡大と人的交流によるコミュニティづくり。

方言での接客事業

- ・地域文化の見直しと継承を目的とするもの。
- ・一般参加型の酒田方言講習会の開催。
- ・酒田に伝わる方言を染め抜いた「方言のれん」を作り、商店街に設置する。
- ・方言での接客によって、温かみと懐かしさを感じることのできる商店街づくりを目指す。

花の絵コンクール

- ・花鉢を保育園、幼稚園に寄贈し、園児が育てた花の絵を描いてもらい、各商店の店頭飾り、園児の努力をたたえる情操教育を推進。

ひな街道への参加協力

- ・過半数の商店が雛人形展示に参加協力。
- ・各種ひなまつりイベントの実施。

商店街活性化の研究

- ・街づくりの方向性、各店の営業活性化、経営管理、空店舗対策、異業種交流、新業態導入、高齢化対応ビジネス等の研究とこれらの短期・中期・長期事業計画の策定。

事業の効果

商店街への来街者の増加

「さかた街なかキャンパス」は、中通り商店街区域内の空き店舗を利用して設置され、年間入場者が1万人を超えるなど、来街者増加に大きな役割を果たしている。この施設で商店街独自のイベントを開催、更に学生との共同事業により、若年層の来街による新たなにぎわいを創出した。

商店街全体のイメージアップ

他に無い新しい発想の事業を手がける事によりTV・新聞、コミュニティ誌などのマスメディアに報道され、「中通り商店街は常に何かやってる。」というイメージが徐々に定着しつつある。

新たな人的交流による商店街の活性化

東北公益文科大生、産業技術短大生、地元高校生や農家の方々といった、今までは商店街との交流が少なかった人々との共同事業により、新たなコミュニケーションが生まれた。

組合員の商店街づくりへの意識高揚

イベントの企画・立案、実施などを通して、組合員の理解と協力体制が深まった。研修視察や講演会への参加など、商店街づくりに対する組合員の意識向上が図られた。

事業の課題

事業経費の確保

事業継続のうえで必要経費の確保が最も重要な課題となっている。

参加個店の拡大

組合員の意思統一を図り、イベントの協力体制や商店街づくりの意識を更に高揚する必要がある。

広報・PR活動の強化

更なる広域的な広報活動のため、期間、方法等について検討する必要がある。

他商店街との連携

隣接する商店街との連携を検討し、相乗効果と波及効果を図ることが必要である。

その他、各事業における課題

費用対効果の検証、データによる統計化等

中通り商店街

所在地	: 酒田市
会員数	: 73名
商店街の種類	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.dewazior.jp/nakamati/



「さかた街なかキャンパス」でのひな街道イベント
(高校茶道部によるお茶会)



商店街に設置された方言(酒田弁)のれん

！ ここがポイント

「商店街の活性化は、地域住民の意識改革から」をキャッチフレーズに、アイデアから運用まで、100%住民の手によるオリジナル事業。



100円商店街開催時の光景

事業実施の背景

「商店街の活性化に特效薬はない。」とわれ続けている。未だに行政の行う活性化事業という、空き店舗に公的資金を注ぎ込んで、一時しのぎの賑わいを作り出すだけか、または単なる客寄せイベントでお茶を濁すかで、補助金が底をつけば、あとはきれいに元通りということが多く、との批判がある。しかし、こうした問題は「さらなる地価の下落・テナント料金の破壊」という特效薬の調合の仕方を誰も知らないだけだ、という思想のもと、「活性化に結びつかない使われ方をしているお金も、自分達の税金なんだ。」という若者達のNPOグループ「NPO-AMP」が考案したのが全国初となる「新庄100円商店街。」である。

現在では各個店とも順調に新規顧客を確保しており、県内外からの視察団体も後を絶たない状況となっている。

事業の概要

商店街全体を一店の100円ショップに見立て、全ての店の店頭には100円コーナーを設置。会計は店内のレジで行う為、買い物客は気がつかないうちに店内に誘導される形で足を踏み入れ、今まで入ったこともない店内の様子を知ること。各個店では専門店だからこそこできる在庫処分も可能となり、100円ショップでは陳列不可能なレベルの掘り出し物が軒を連ねる。

事業の特徴と効果

イベントと個店の商売が直結

今までのイベントでは商店街の一点にしか集客することができず（例：福引きなど）、客を個店に引き込めるかどうかは、全て個店の営業努力にかかっていた。しかし、100円商店街の場合、客は無意識のうちに店内にまで足を踏み入れるシステムになっている。商店街全体というより全ての店が会場と言える事業であり、回遊性も非常に高い。

歩行者天国にしないメリット

歩行者天国だと、せっかく集まった客が道路の中央に固まってしまい、個店との間にながりの空間が生じてしまう。歩行者天国にしないことで、客と個店の間の距離を縮め、さらに狭い範囲に集客することであえて人混みを作り出し、集客効果を増幅させている。

R & Dセクションのフル活用 (Research (調査) & Development (進展))

今までのイベントでは、多くの費用と労力を投下すればするほど、それに比例して、結果を見ずに自己満足に走る傾向が多々あった。

新庄南北本町商店街等

新庄南北本町商店街

(新庄南本町商店街、新庄北本町商店街)

所在地 : 新庄市
 会員数 : 87 商店
 商店街の類型 : 地域型商店街

NPO グループ NPO -AMP

関連URL : <http://stk.jp/amp/>
 E-mail : npo-amp292279@brownplba.or.jp

本当の目的は何なのかを追求し、常に客と参加店の両面から意識調査を行い、結果を次回へとフィードバックするシステムを活用している。

優れた費用対効果

通常一万人以上を集客するイベントというと、必要経費は膨大な額に上る。これに対してチラシの原稿も手づくり、印刷も印刷機でスタッフが直接行う等、贅肉を徹底的に排除した結果、一回の開催当り経費を約十万円まで削減することに成功している。これにより、官公庁等からの補助金は今のところ一切使用していない。しかし、その分労力の増加は避けられず、人件費への支出を計算していない非営利組織特有の手法になっている。

集合体の力 = 組織強化へ

今までの中心商店街活性化事業というと、行政や商店街組織の一部の役員だけがアクションを起こしていて、その他の大部分が「ただ乗り」状態だった。しかし、100円商店街を開催する場合には、「商店街加盟店の90%以上の参加」を絶対条件にしているため、その結果、集客力はさらに向上し、全ての店を主催者として機能させることに成功。これにより、やってもらうという事業形態から、自ら作り出すという事業形態へ移行することになり、これから商店街の意識改革を行っていくための土壌作りになっている。

事業の課題

~いかに店の中に足を運ばせるか~

100円商店街で客を商店街に呼ぶことに成功した。今後は、いかに店の中に足を運んでもらうかを考える時期になってきていると思われる。郊外店に対抗する個店ならではの知識、ノウハウ、サービスで店の中に足を運んでもらい、店の人とコミュニケーションをとってもらうことが鍵となっている。



南北本町商店街のうち北本町商店街

(昨年開催した新庄まつり250年祭オープニングイベントの様子)



南本町商店街

『昭和ミニ資料館』を核とした昭和の街づくり

！ ここがポイント

『昭和ミニ資料館』を核とした昭和の街づくりを実施。交流人口の増加を図りながら、ロゴマークやオリジナル商品等をブランド化。



商店街ロゴマーク

事業実施の背景

高島町は、山形県の南東部に位置し、四季折々の多彩な風景が展開され、縄文草創期からの歴史が息づいている。1万年の歴史・温かい心・実り豊で豊穡な土地を持ち、「まほろばの里 高島」の愛称で親しまれ、人口は約2万6千人の町で、東京からは新幹線で2時間20分、仙台からは車で100分（距離は100km）の位置にある。

「昭和縁結び通り商店街」は、町の中心である高島地区に位置し、東西に約1kmの商店街である。

この商店街の街づくり事業は、平成4年の「べにばな国体」が契機となっており、それまでは、中央通り商店街という名称で、三つの組織（幸町中央通り・中央通り・東中央通り）が形成されていたが、この「べにばな国体」で、町中を花で飾ったことにより、商店街の雰囲気が変わり、これを継続しようという動きが、3組織を一つにし、地域住民を巻き込んだ「花とみどりの会」を形成させるに至る。

花が商店街を彩ることによって商店街の汚れた部分が目立ち、商店前の掃除が徹底されるとともに、メーカー看板が「木製看板」へと変化した。

そんな折、平成6年に、取り壊しになる映画館から、石原裕次郎・赤木圭一郎等の懐かしい

映画宣伝ポスターが約1,000枚も見つかったことにより、様々な事業を展開していくことにつながっていった。

事業の概要

「昭和ミニ資料館」

手に入った映画ポスターを活用し、平成7年に「昭和ぐらふてい」というイベントを開催した。このイベントでは、映画ポスターの展示・8ミリ映画の上映・昭和30年代の夏祭りの写真や新聞の展示などを実施した。終了後にこれらを何とか商店街活性化に活かせないかということで、有志の5店舗が店舗の中に昭和30年代の品物を飾り、「昭和ミニ資料館」が誕生した。

その後、マスコミに取り上げられることも多く、視察や観光客が訪れるようになると、「昭和ミニ資料館」は、多くの話題性と来客者の評価で知名度がアップした。

「昭和ミニ資料館」は、空店舗の活用もあるが、基本的には「展示品」を店舗の中や前面に飾ることにより、店主と来街者に「昭和」を題材とした会話が生まれ、地元の顧客も「資料館を見に来たよ」ということで、気軽に店舗へ入りできるようになった。

5館から始まった「昭和ミニ資料館」は、現在までに19館へと増えている。

ロゴマークの製作

平成16年度において、街としての魅力をさらに高め、商店街としても繁栄を図るため、全国（世界的にも珍しい文化遺産を活用したブランド化）を実行に移した。その文化遺産は、高島地区の同じ高安地域にある「犬の宮」「猫の宮」であり、犬と猫の神社が並んで建っているのは全国でも珍しいとのことである。

東北芸工科大学の教授に協力いただき、犬と猫をキャラクターにした、昭和縁結び通り商店街のロゴマーク（商標登録済み）を製作し、ワインのラベルへの使用や、各商店の取扱商品に活用を始めている。

クラシックカーレビューin 高畠

2年に1度「クラシックカーレビューin 高畠」が昭和縁結び通り商店街と周辺商店街とで開催されている。全国から貴重なクラシックカーが高畠に集結し、大変賑わっている。

事業の効果

- ・昭和ミニ資料館は、今までにない交流人口を商店街に生み出すことに成功した。
- ・ロゴマークの活用により、昭和縁結び通り商店街オリジナルの商品ができ、観光客のお土産品として好評を博している。また、地元の方々からも贈答用に活用されている。

事業の課題

平成17年からロゴマークを活用し、商品開発を行っているが、まだまだ、全会員への浸透度が低いことも事実である。様々な業種がある中で、全商店がオリジナル商品を持つことは難しいことだが、交流人口の基地となる「昭和ミニ資料館」を開設している商店は、商品開発・ラベルの製作・包装紙への活用等、ロゴマークを使用した商品作りを行っていくことが今後の課題である。



ロゴマークラベルが付いたワイン

昭和縁結び通り商店街

所在地	: 山形県 ^{ひがしあきたまぐん} たかばたまち
会員数	: 39 商店
商店街の種類	: 地域型商店街（一部観光型）
関連URL	: 高畠望遠郷 http://www.takahata.or.jp/



昭和ミニ資料館（1号館）を見学する大学生
（昭和時代のカメラやラジオ等）



クラシックカーレビューで賑わう商店街

国道を歩行者天国に「ドラマチック 戎市」

！ ここがポイント

商店街の後継者グループによる生き残りをかけた路上大テント市。地域との連携により、後継者グループの組織強化を実現。



ドラマチック戎市開催時

事業実施の背景

米沢市は山形県の南に位置し、上杉氏の城下町として貴重な史跡や文化財が数多く残っている。桐町は米沢市中心市街地区域の北部に位置し、かつては門前町として市内でも一番の賑わいがあった通りである。現在は中心市街地の空洞化が深刻化し、その賑わいは過去のものとなっている。

そのような状況において、桐町通り商店会の若手メンバーで組織するプロジェクトZ隊の、『止まることを知らない中心市街地の空洞化にブレーキを！』、『昭和の賑わいを甦らせよう！』、『今、やらなければ個店も商店街もダメになる！』という、切羽詰った、しかし熱い思いが商店街や地域住民・県・市・県警までをも動かし、東日本初となる国道を定期的に止めて歩行者天国にした大テント市を実現させた。

事業の概要

- 商店街に面した国道を利用したテント市事業
- ・事業の企画からテント市出店者の募集、地域住民や警察への説明・交渉、タクシー協会やトラック協会・バス会社などとの交渉も含め、地域の小学校や幼稚園・子ども会からも協力を取り付け、国道250mにおよそ100張りのテントを配した大テント市を年7回実施。
 - ・手作りのアクセサリをはじめ趣味の工芸品、路上足裏マッサージや小学生対象の工作教室、米沢牛串焼き・路上カフェなどの飲食テントと出店者は多種多様。
 - ・幼稚園や小学生の鼓笛パレードや本格的なサンバダンサーによるサンバパレード、様々な大道芸人によるパフォーマンス、バンド路上ライブや駐車場にリングを設置してアマチュアプロレスなどの集客イベントを実施。
- 商店街の景観高揚を目指したウコギ生垣設置、統一暖簾掲載事業
- 上杉氏の城下町である米沢らしさと景観美化、商店街の統一感を演出する目的で、上杉鷹山が提唱し屋敷の生垣に推奨したといわれているウコギを商店街に設置するとともに、それぞれの商売をPOPに図案化したオレンジ色の統一暖簾を作成し全店の店先に掲載。

事業の効果

集客力アップ

5月から11月までの7ヶ月、毎月1回大テント市を開催し延べ10万人を超える集客を実現。にぎわいを創出し市民の行事として広く定着した。

(米沢市の人口9万人弱)

地域との連携確立

地域住民や小学校・幼稚園などが商店街の事業を理解し、協力体制を組んでくれるようになった。

子ども会の餅つきや小学校・幼稚園のマーチングバンドによるパレード出演、近隣寺院めぐりツアーなど商店街と地域の連携が確立された。

商店街イメージ向上

全店同色の暖簾やウコギ生垣により商店街に統一感と色彩による華やかさが加わり、後継者グループへの支持とともに視覚的なイメージ向上が図られた。

後継者グループの組織力強化

事業の企画・交渉・準備・実施を通して次世代を担う後継者グループの企画力・組織力が飛躍的に向上した。また、商店・商店街の市民への認知度が高まった。

事業の課題

事業の自立・採算

事業をより自立性の高い継続的な取り組みにするためにも、広報宣伝費やアルバイト人件費の圧縮(ボランティア)等採算性の向上が課題となっている。

個店・商店街の取組み

イベントとしての戎市の集客力は対外的にも評価は高いが、個店の売上や戎市以外の日の集客・売上増加に結びついていないのが現状。個店や商店街が戎市を“にぎわい創出”や“売上増加”のための手段としていかに利用するかが課題となっている。



マーチングバンドによるパレードの様子

あらまち

桐町通り商店会

所在地 : 米沢市

会員数 : 43 商店

商店街の類型 : 地域型商店街

関連URL :

<http://www.yzshop.or.jp/aramachi/>



桐町通り商店会



サンバパレードの様子

「大正浪漫調」のまちづくりとおもてなしの心

商店街等活性化事業の事例

福島県会津若松市 七日町通りまちなみ協議会・アネッサクラブ

！ ここがポイント

既存建物の表層部分の修景による「大正浪漫調」の街並みづくりと、交流活動を通したおもてなしの心による「ふれあいのまちづくり」の推進。



店舗修景の状況

事業実施の背景

福島県会津若松市は、豊臣秀吉の奥州仕置きで会津を拝領した蒲生氏郷が、東北の要衝として近代城郭を整備したことに始まる。氏郷は城下を碁盤状に整備し、各町は住居、商業、工業など機能ごとに分けられ、地名も「若松」と改名し、漆器産業の育成や自由経済制度の「楽市」の導入等により商工業の育成を図るなど、都市計画、商工業振興などにおけるまちの基礎が形づくられた。

(大正浪漫調の街並みづくりへの取り組み)

七日町通りも氏郷の時代にほぼ現在の形に町割が行われ、古くから“七”のつく日に「市」が立っていたことから“七日町”と命名され、大町四つ角を起点とする日光、米沢、越後街道が通っていたことから、問屋、旅籠、料理屋が軒を連ね、明治以降も重要な通りとして繁栄した。

しかし、近年のモータリゼーションとともに来街者が減少し、近代化の波にも乗り遅れ、廃業する店舗が増加し、商店街の様を呈していない状況となった。

衰退した状況に危機感を抱いた地元有志は、なんとか再生する糸口を見つけようと、七日町通りの状況を自分達の足で歩いた。通りの建物はトンやサッシに隠されてしまっているが、その中には明治・大正・昭和初期の歴史のある建物が眠っており、これを活かした街並みづくりが活性化のポイントではないかと考えた。この取り組みへの理解とともに平成6年3月「七日町通りまちなみ協議会」が発足した。

(おもてなしによるまちおこし)

氏郷の町割りの1番古い商店街「大町通り」は、会津若松駅から南に走る商店街であり、近年では観光会津の玄関口として賑わいを見せていたが、バブル経済崩壊後はみるみる観光客が減少し、商店街が廃れていくのも必至だった。

このような状況の中、市が道路のモール化計画を打ち出した中で、女性の参加のもとに自分のまちは自分達で創ることの大切さと表現の楽しさが実感できる取り組みが始まり、65店舗のおかみさんらの参加により、平成9年2月に「アネッサクラブ」が設立された。「アネッサ」とは商家のおかみさんを「あねさま」と呼ぶことからっており、自分達の住むまちの歴史と格式ある商人文化の伝統を踏まえ、さらに人と人との交流による「ふれあいのまち会津」づくりを目指している。

主な事業の概要

(七日町通りまちなみ協議会)

景観による街並み整備

七日町通りを三つの地区に分け、それぞれ、街並み協定を結び、そのまちづくりのテーマに沿った建物を修景したり、けばけばしい看板を撤去したり、自然素材を用いた看板を設置したり、店先に植物を植えたりしている。

会津ブランド館

「大正浪漫調」をコンセプトに空き倉庫を改装した建物で、緑を基調としたレトロな洋館造りとなっている。1階は、会津地方の市町村が連携した“会津ブランド認定品”や“地域産品”、安全で安心な食品などの展示・販売スペースとなっている。

(アネッサクラブ)

のきさきギャラリー

店の一角をギャラリーに見立て、昔から伝わるお宝(調度品や民芸品など)を季節にあわせたテーマをもって飾り、歴史ある商人文化を見てもらい、そこからふれあいが生じ、元気で楽しい街並みづくりを行っている。

“四つのどうぞ”運動

- ・ 「いす」をどうぞ、お休みください。
- ・ 「トイレ」をどうぞ、お使いください。
- ・ 「お茶」をどうぞ、お召し上がりください。
- ・ 「お荷物」をどうぞ、お預かりします。

街を歩いていると、自ずと必要になってくることであり、商人として当たり前のことであるが、入りやすいようにと店舗入口に表示し、四つの中から、自店でできることだけを表示することで無理なく続いている。

事業の効果

「大正浪漫調」のまちづくりや「おもてなし」による交流づくりは、民間による草の根的な活動から始まり、行政やTMO、他のまちづくり団体と様々な機関を巻き込んだ大きなまちづくり活動となった。

同市の中心市街地活性化の方策の一つとして「まちなか観光の推進」を掲げているが、非日常性を感じる異空間の創出とおもてなしとの相乗効果により、まちなかを散策する観光客が増加した。

事業の課題

七日町の取組みやアネッサクラブの活動は、対外的にも評価を得て訪れる観光客が増えているが、特に店舗の修景には助成制度の活用はあるものの多額の経費がかかることから、いかに継続していくかが課題である。また、同市は城下町特有の狭隘道路であるため、歩行者が安心してまちなか散策が行えるよう道路整備を進めることも課題となっている。

七日町通りまちなみ協議会

会員数：会員 98 名

(うち事業所会員 71 名、個人会員 27 名)

アネッサクラブ

会員数：110 名

(会津若松駅前～大町通り～野口英世青春通り～七日町通り周辺・・・商店街の枠を越えた女性たちのまちづくり団体)

商店街の種類：地域型商店街

関連URL：アネッサクラブ



会津ブランド館



のきさきギャラリー



「四つのどうぞ」運動

！ ここがポイント

商店街の道路高質化と併せたイベント事業の継続的な実施による商店街活性化。

事業実施の背景

中町地区は、旧奥州街道沿いに栄えた宿場町「郡山町」の中央に位置し、また、JR 郡山駅から徒歩 5 分という好条件から、周辺市町村からも多くの人買い物に訪れるなど、古くから地域一番の繁華街として栄えた地区である。

この中町地区の賑わいを作り上げてきたのが、「郡山市中央商店街」であり、最先端のモノや文化、情報があふれる、まさに福島県内随一の商店街である。

しかしながら、かつて、多くの人出で賑わっていた当商店街も、空き店舗の発生や来街者の減少など、全国的に問題となっている中心市街地の空洞化が顕在化し始めた。

このような状況を打破するため、会員一同が一念発起し、「エレガントでダンディーな街」をコンセプトに、世代を超えて楽しめるユニバーサルデザインの街づくりを目指し、「道路高質化事業」をはじめ、様々なイベントを継続的に実施するなど、商店街の活性化に取り組んでいる。

事業の概要

道路高質化事業（平成 15 年度実施）

- 概要：場所：県道須賀川 二本松線
幅員：12m 延長：305m

歩道(1824 m²)を高質化(御影石を使用)するとともに車道との段差を無くし、景観に配慮したボラードは収納式や取り外し式とした。女性をイメージしたデザインの街路灯には催事用電源や放送設備を付属することによって、イベント等の使用にも対応できるものとした。

また、当地区の歴史的価値やその顕彰を後世に残すため、地域にゆかりのあるモニュメントを配し、歴史や文化などを感じながらより多くの市民が楽しめる空間「なかまち夢通り」として完成した。



・モニュメント



【山水道】

かつて、地区の商家が上水道として清水台（中町西部の高台）から「木管」を引き込んだ簡易水道（通称：山水道）を持っていた。その水道をモニュメントに再現。



【ベンチ】「安全で快適な楽しいまち」を目指すため、ユニバーサルデザインに配慮したベンチを通り沿いに設置。その他、イベント時を想定した、埋設可能なボラードを設置し、歩車共存道路の整備を図った。

イベント事業の継続的な実施

年間を通じ「なかまち夢通りストリートカーニバル」として各種イベントを実施している。

- ・ビール祭り in なかまち夢通り：野外でビールを飲みながら大型ビジョンでの野球観戦。（7月）
- ・うねめ福祉バザール：商店街各店や露天商による路上での販売。出店料の一部を福祉団体に寄付。（8月）
- ・花市：市内農家による切花販売と併せ、商店街各店のワゴンセール及びフリーマーケットの実施。（8月）
- ・ウィンターフェスティバル：ミュージシャンによる野外ライブやFM放送の中継、地元農産物やそばの打ち立ての販売等。（11月）

- ・オープンカフェ（7月～11月の土日約30日）
- ・冬のイルミネーションページェント（12月）等

「まちづくり憲章」の制定

街の文化や景観などを守っていくために、「まちづくり憲章」及び「同細則」を制定し、建物の新築・増改築に関する事項、道路管理に関する事項、さらには商店街における禁止行為等を定め、商店街としての方向性を定めている。

まちづくり憲章

わたしたち郡山市中央商店街人は、いつも商店街を愛し、ひとつ、郡山市の発展の源であることを誇りとし、文化の香り高いまちをつくります。
ひとつ、訪れるすべての人にやさしい、安全で快適で楽しいまちをつくります。
ひとつ、お互いに助け合い、信頼しあい、働く喜びに満ちたまちをつくります。
ひとつ、新鮮さを求め、質の高い空間と、夢と活みなぎるまちをつくります。
ひとつ、美化と啓発に努め、共に美しいまちをつくります。

事業の効果

にぎわいの創出

「なかまち夢通り」の高質化と各種イベントの継続的实施により、「エレガントでダンディーな街」というコンセプトに見合う店舗が数多く出店し、空き店舗の解消が図られるなど、賑わいが戻りつつある。

市民における商店街の知名度の向上

継続的なイベントの開催により、中央商店街に行けば何かをやっていると市民から思われるようになった。

組合員間における意識の醸成

ハード整備、まちづくり憲章の制定、イベントの実施等組合員が協力し合う機会を経ることにより、組合員相互が協力する気風が醸成され、今後の活動の基盤が形づくられた。

事業の課題

イベントの集客力の一層の向上

継続的なイベントの実施による来街者の増加が、イベントごとの集客力の差を無くすことに繋がる必要がある。

イベントによる売上向上

イベントでの集客を、個店の売上向上につなげることが必要。

他の団体との連携の強化

他の商店街等とのより一層の連携強化が必要。

郡山市中央商店街

所在地 : 郡山市

会員数 : 99 商店

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL :

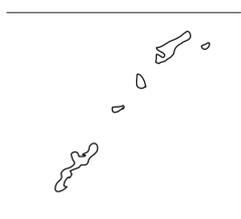
<http://www.chuokai-fukushima.or.jp/tyouou>



オープンカフェの様子



ウィンターフェスティバル野外ライブの様子



(3) 関 東

みやのかわ商店街（埼玉県秩父市）・・・・・・・・・110

早稲田大学周辺商店連合会（東京都新宿区）・112

村上市中央商店街（新潟県村上市）・・・・・・・・・114

新居町内商店会（静岡県新居町）・・・・・・・・・116

まちの情報館（静岡県沼津市）・・・・・・・・・118

！ ここがポイント

「ナイトバザール」の先駆け商店街。これを通して日本各地の商店街との交流につながり、地域の経済・観光に寄与。



222回継続して開催されるナイトバザール

事業実施の背景

みやのかわ商店街振興組合は、秩父鉄道秩父駅前通り、及び駅前交差点の左右200mを中心とした商店街で、種々な商業を営む個店、大型店で構成されている。

秩父市の中心商店街として、ふさわしい街づくりを目指し組合を中心に各種イベント等を実施しているほか、自治体の協力を受けて、秩父地区全体の活性化を図るため、協働して環境整備等街づくりの活動が行われている。

約20年前に商店街の活性化について、宮側町共栄会青年部近代化研究会が結成され、検討が行われたところ、消費者の生活行動が夜型に移行していることに着目し、地域の伝統祭りである「秩父の夜祭」にヒントを得て「ナイトバザール」が実施されることとなった。

運営する商店街には、「ナイトバザール」は今や秩父の夜市として固有名詞化したブランドと言っても過言ではないという自負がある。

郊外型大型店vs中心商店街の中で、商店街自らが努力し、活性化が図られている。イベントは222回同じ出しものは一度も行わずに街づくりが行われている。

今後も新たなイベントを展開して常に新しさや変化を求めて活性化策を実施していく方針であり、節目の200回記念では埼玉県知事・国會議員・秩父市長はじめ国内各地から多くの参加者を迎えて「全国商店街交流(車座集会)」を開催。各地で今抱えている問題点や解決策が話し合われた。その結果、商店街の原点とも言える本来の姿に戻ることに行き着いた。高齢社会・買い物弱者のために買い物代行(御用聞き)と出張商店街等の企画が練られている。

できるものは何でも挑戦する。平成12年度に作成された秩父市中心市街地活性化計画における商店街の計画も全て実行されている。

事業の概要

ナイトバザール

222回以上継続して開催しているイベント。毎月第3土曜日に実施。

地域ブランド商品開発

オリジナル駅弁の販売

みやのかわファンクラブ

会員数5000人突破を目標としている。会員には各店提供の特典、イベントへの参加権を提供予定。

チャンスカードセール

毎年約6万枚を配布し、商店街での買い物の楽しさを市民に提供。

環境整備事業

街づくりにも取り組み、今まで道路名看板の設置、電線の地中化、シャッターの美装化等ハード面の事業を推進。

事業の効果

商店街を取り巻く環境は毎年悪化をたどっているが、そのような環境の中で地域に密着したナイトバザールは、日本経済新聞2005年2月訪ねてみたい商店街ベスト5にランクされ、多くの人達の交流の中で、毎年新たな街づくりや人づくりが行われ商店街の活性化が図られている。

また、イベントを毎月定期的に行うことにより、日本各地の商店街の交流が秩父において図られ、秩父地域の経済や観光の活性化に寄与している。ナイトバザールの継続は、もしやなかったらということを考えて、その効果は計り知れないものがある。このため、商店街では、可能な限り街づくりを実践し、その効果を今後も実現させたいと考えている。

事業の課題

大型店の出店が相次ぐなか、少子・高齢社会にどう対応していくかが今後の課題である。

みやのかわ商店街

所在地 : 埼玉県秩父市宮側町21-23

会員数 : 120名

商店街の類型 : 駅前地域型商店街

関連URL :

<http://www.mijanokawa.com/index.html>



！ ここがポイント

エコステーションの仕掛人。地域と連携し、環境・リサイクル、震災対策、情報化、地域教育等の多角的なまちづくり。



地球感謝祭
(旧エコサマーフェスティバル)

事業実施の背景

早稲田大学周辺の7商店会450店で構成されている連合商店会。商圏人口2万～2万5千人。

夏休みになると商圏人口のほとんどである学生がいなくなり、商店街は閑散としてしまう。そこで夏枯れ対策としてイベントを企画。平成8年8月に実施したイベント「エコサマーフェスティバル」の成功をきっかけに、環境・リサイクルだけではなく、バリアフリー、震災対策、情報化、地域教育と多角的にまちづくりに取り組んでいる。

事業の概要

「エコステーション」

エコサマーフェスティバル後、「ごみゼロ平常時実験(拠点があれば、リサイクル活動ができることの証明)」などを経て、平成10年に商店街の空き店舗を借りて、空き缶回収機とペットボトル回収機を設置したエコステーションを開設した。回収機に空き缶を入れるとラッキーチケット(商店街の参加店で使える商品券、値引き券)が当たる仕組みで、リサイクル

事業と個店への集客を結びつけた取り組みとなっている。また、生ゴミ処理機を設置し、成分解性のお買い物袋(生ゴミと一緒に処理機に投入しても分解する袋)も作成。平成11年から修学旅行生を受入れ、環境活動・地域活動を紹介するとともに、修学旅行生が地元の特産品を早稲田で販売する販売体験の場を作り人気がある。

「早稲田地球感謝祭」

エコサマーフェスティバルは、平成12年から、早稲田地球感謝祭と名前を変え、さまざまな切り口から、地域の多くの人に参加できる場を作っており、各商店会とともに、地域参加型のイベント作りが進んでいる(フォトコンテスト、フリーマーケット、ビンゴ大会など)。こうした活動には、多くの学生が参加し、イベントへの参加にとどまらず、マップ作り、防災キャンプ、イルミネーション飾り、餅つき大会、早稲田祭ラーメンなどのメニュー提案(個店への提案)リユース弁当箱(容器を返却する持ち帰り弁当)など、さまざまな企画を実現している。

「震災疎開パッケージ」

安心安全は街の売り物として、商店街発の震災対策に取り組み、「震災疎開パッケージ」を販売(被災したときには、連携している地域へ疎開できる仕組み。平常時には特産品のプレゼント、連携地域への下見ツアーなどが盛り込まれている)。

「早稲田地ビール」

平成14年には、早稲田地ビールを作り好評販売中。

その他

アトム通貨(地域通貨)合格弁当の販売、ワセダカラーの街路灯の設置、平成19年の早稲田大学創立125周年を地域ぐるみで祝福する商店街企画を検討するなど、ユニークな取り組みを行っている。

団塊世代が再び早稲田に集う企画(ミュージカル

に端役で出る会、田舎家を守る会など)や講座を開催しており、昨年は、団塊の世代を対象にNPO・起業博覧会を行うなど、起業に関する講座も早稲田大学内や周辺で行っている。

事業の効果

地域参加型のイベント・商店会活動が活発になった。

エコステーションの取り組みは全国約100の商店街に広がり、平成11年からは「全国リサイクル商店街サミット」を行い、全国の商店街同士のネットワークの構築へと繋がり、物流事業、震災対策、地域交流などさまざまな連携事業が展開されている。震災パッケージ登録地域数30件、加入者数300人。中越地震では、連携先の新潟県入道村に、新宿区より米を支援、一時避難の受け入れをした長野県飯山市(連携先)の商店街に対しても、食材発注などの支援を行った。

事業の課題

“出来ることを楽しく”する切り口で活動していくこと、イベント等での取り組みを日常的な活動、街づくり活動につなげて広げていくこと、を目指している。より多くのさまざまな人が参加できるように仕組みでいくことも必要である。

多面的な街づくり活動を、積極的に個店の販売促進に結び付けていくことが課題。



アトム通貨

早稲田大学周辺商店連合会

早稲田商店会、大隈通り商店会、早大西門体育館通り商店会、ワセダグランド商店会、早稲田大学南門通り商店会、グリーンベルト鶴巻町商業会、早稲田駅前商店会

所在地 : 東京都新宿区早稲田地域

会員数 : 450店

商店街の種類 : 近隣型

関連URL : 早稲田商店会

<http://www.eco-station.gr.jp/>

ワセダグランド商店会

<http://www.waseda-town.net/WG/>



エコステーションのラッキーリサイクル空き缶回収機



早稲田地ビール

今あるものを生かす～街の魅力を再発見～

商店街等活性化事業の事例

新潟県村上市 村上市中央商店街

！ ここがポイント

城下町・村上に残る昔ながらの町屋を生かしたまちづくりを实践。「人形さま巡り」「屏風まつり」等のイベントで誘客を図り、まちを活性化。



人形さま巡り

事業実施の背景

村上市中央商店街は、新潟県の北部に位置する村上市において、3つの町内で構成される全長、約600メートルの商店街である。

かつては中心商店街として繁栄したが、昭和40年代にJR村上駅前に大型店が開店し、人の流れが大きく変化した。近年は、国道沿いの大型店やパワーセンターなどに客足を奪われ全国各地の状況と同様である。

そのような中、平成10年～12年にかけて若手後継者が中心となり市内の全商店会を挙げて大掛かりなイベント（村上市大商業まつり）を行い街の魅力を再発見するきっかけになった。

また、城下町村上の資産である町屋を生かしたまちづくりを目指す商店街メンバーが、別組織「村上町屋商人会（まちやあきんどかい）」を設立し、城下町村上町屋の人形さま巡りと屏風まつりを始めたことで、市民主体による町屋を生かしたまちづくりが始まった。

事業の概要

町屋の人形さま巡り（平成12年～）

3月1日から4月3日まで、商店街を中心とした町人町の各家々70軒に展示、見学無料で公開している。

屏風（びょうぶ）まつり（平成13年～）

9月10日から30日まで、人形さま巡り同様に約60軒の参加店に屏風をはじめ昔の道具などを展示、無料見学できる。

チーム黒堀プロジェクト（平成14年～）

市民が1枚千円で板を買いブロック塀を板塀に変えた。建設費の不足分は塗装など市民のボランティアでまかない景観を修復した。

宵の竹灯籠まつりの会場にもなっている。

宵の竹灯籠（とうろう）まつり（平成14年～）

10月中旬に黒堀の小路に幻想的な雰囲気をかもし出す。これに合わせてピアノ、フルート、三味線、雅楽などの音楽会も行われ、抹茶も振舞われる。



地蔵様の日（7月23日）

市内の保育園・幼稚園児の地蔵様のぬり絵の展示。民謡流し、よさこいなどのイベントで、伝統行事の地蔵様巡りを盛り上げている。

小町フェスタ

音楽を通じて街づくりと地域のコミュニケーションを図る活動。

フリーマーケットなども同時に開催。

情報交換と井戸端会議ができる「こまち広場」も開設。（小町商店会とこ・まちづくり委員会が管理運営）

むらかみ町屋再生プロジェクト（平成16年～）

人形さま巡り等による来街者の増加により、市民の間で当市の資産である町屋の重要性に対する認識が高まり、街並み再生に向けた市民自らの力による再生プロジェクトが始まる。

具体的には、年間1千万、10年間で1億円の基金を創設し全国から出資を募り、アルミサッシ等で近代化されてしまった町屋の外観を昔ながらの格子や板戸に再生するための制度を創設した。

また、外観の修景に際しても、「村上大工 匠の会」を組織し、伝統的技術の継承・復活も目指している。

事業の効果

3月の人形さま巡りと9月の屏風まつりには、県内外からも多くの観光客が見学に訪れる。商店街から4キロ程の所に瀬波温泉があり宿泊客の増加にも貢献している。また市内の観光施設への入れ込み客もイベント開催により増加傾向にある。

町屋再生プロジェクトもこれまでに4軒を再生している。

個店の売り上げ増はもとより、市全体への大きな経済効果を生んでいる。

事業の課題・反省点

現在、商店街としては、イベントに協力しバックアップを行っているに過ぎないが、商店街の各店がイベントに参加して各店の活性化にも役立っている。

商店街では、今後は、更に連携を深め協力体制を強化していきたいと考えている。

人形や屏風の魅力もさることながら「心温まるふれあい（人情）」がこれらの催しの成功の力ぎを握っていると思われる。日常の商店会活動にもこれらの経験を活かすとともに各店が自信を持って販売できる逸品の開発が課題である。

村上市中央商店街

所在地	：村上市小町
会員数	：40店
商店街の類型	：地域型商店街



「むらかみ町屋再生プロジェクト」事業により再生した第1号店舗

！ ここがポイント

地元商業者が共同で葬祭サービス事業を組織運営。地元の慣習に熟知したきめ細かいサービスが高い評価。

事業実施の背景

静岡県新居町は浜名湖沿岸に位置し、うなぎやしらすといったおいしい食べ物や、新居の「関所跡」等の観光施設で全国的に有名である。

東は浜松市、西は湖西市に隣接しており、地域住民の買い物は、両市への流出傾向にある。

特に近年は、浜松市西部地区等に相次ぐ郊外型ショッピングセンターの出店や、ライフスタイルの変化への対応不足等によって、地域の商業事情は衰退の一途をたどっていた。そんな状況を危惧した商工会商業部会のメンバーが声をかけ、当組合の前身である任意グループを平成8年9月に結成し、月2回の勉強会をはじめた。景気に左右されない事業は何かと考えた末、葬祭事業を共同で行うという結論に達した。もともと、新居町の葬儀は亡くなった方の家が各商店に頼みながら、自分達で行ってきた。しかし、大手葬祭業社の進出によって葬儀の仕事がなくなったという経緯があるので、葬祭業に関する事業組合を立ち上げるには抵抗感はなく、勉強会をはじめて1年、平成9年10月に酒屋・食料品店・菓子店・仕出し店・贈答品店及び寿司店等計33店で「あらい商工葬祭協同組合」を設立した。

設立の際には、出資金として各個店20万円を出し合い、行政からの補助金等は一切受けずに自分たちの力だけで立ち上げると決意し、投資はせず祭壇や霊柩車、葬儀ホールなどは町の施設を借用するかたちでスタートした。

「自分たちが本気になってがんばるためには、他人からの保護を受けながらではだめである。保護を受ければ、かならず甘えが生まれるからだ」という姿勢は決して崩していない。とはいっても、自分たちの生活を抱えて事業に挑戦するため、失敗したときに立ち直れないほどの損失を出すわけにもいかない。そこで、できる限り投資はしないことを前提とした。このため、借りられるものは借りる、利用できるものは利用する、自分たちでできることは自分たちでやると、損失を最小限に防ぐための工夫を実践している。

事業の概要

葬儀に必要な物品を組合員である各商店から購入するだけでなく、遺体安置、寺・隣組に協力依頼、受注手配、祭壇設営、儀式の準備、食事準備、片付け等の葬儀に関わるほとんどすべてを自前で行っている。この作業は外注するのではなく、組合員が当番制で担当している。外注部分は、葬儀司会や遺体搬送、花輪・祭壇のリースである。

設立当初は、資金事情もあり組合員の無料奉仕で行っていた業務も、今では1作業につき2千円ではあるが、報酬を支払えるまで運営は順調になっている。

組合員自身が、地域の伝統や風習を理解しているので、大手葬祭業者よりもきめ細かなサービスを行うことができるのが一番の特徴である。

地域の住民からは、「葬儀に詳しい近所の人がお手伝いをしてくれる感覚でサービスをしてくれる」と高い支持を受けている。

新居町内商店会

所在地 : 静岡県浜名郡新居町中之郷 1425
組合員 : 30店舗 (理事9名 : 正社員3名)
類型 : 地域密着型

事業の効果

設立初年度には、50%のシェアを獲得し、3年で町内における葬儀のシェアは95%まで伸びている。また、地元だけでなく町外からも注目を集めている。

葬儀需要がなければ、現参加店のうち、4~5店舗は廃業していたという。



組合員によるきめ細かいサービスは、町民の評判が良い

空き店舗活用によるまちづくり拠点施設

！ ここがポイント

商店街の空き店舗を活用して、まちづくり活動の拠点施設「まちの情報館」を開設。市民、商業者等が開かれた活動の場。



まちの情報館外観

事業実施の背景

沼津市のTMOぬまづでは、空き店舗対策を先導的に推進する事業の一環として平成13年4月から、商店街（アーケード名店街）の空き店舗を活用してチャレンジショップを展開した。このチャレンジショップは、起業する意志のある商業者3～4社に低価格でレンタルし、その後繁盛店としてアーケード名店街の空き店舗に誘致することを目的としたものであったが、所期の目的を果たすまでには至らず、平成16年3月をもって閉鎖となった。しかし、歴史はあるが、市内で空き店舗率が最も高いアーケード名店街の活性化を目指し、チャレンジショップ跡地である空店舗に市民・商業者等のまちづくり活動の拠点施設として、平成16年5月に沼津地域産業振興協議会の運営による、ぬまづ産業振興プラザと連携した若人や商店主の情報受発信サロンとして「まちの情報館」を開設した。

まちの情報館の機能

中心市街地におけるまちづくり活動のコーディネート場

専門スタッフを常駐させ、まちづくりなどの専門家集団との連携を図りながら、中心市街地における商業者、まちづくり団体の活動コーディネート機能。

中心市街地におけるまちづくり情報交流の場

中心市街地のまちづくりやイベントに関する情報を集積しながら、商業者、市民、若者などが気軽に立ち寄れる情報ステーションとしての機能。

中心市街地におけるまちづくりの担い手を育成する場

商業者のスキルアップとまちづくり活動の担い手を育成するセミナー、講座を開催し、商業・まちづくりの人材を育成する機能。

商業者・市民団体活動の場

商業者や市民団体が気軽に使える会議、実践活動の場となるスペースを提供する機能。

新しい商業経営者を育てる実験ショップ

新しい商業経営にチャレンジする場としての実験店舗を提供し、新たな商業経営者の育成を図る機能。

事業の効果

学生などの若者のまちづくりへの参画

「学生リーダー塾」の開催、「ぬまづタウンユース」(若者によるまちづくり活動グループ)への支援など、若者グループの活動をサポートすることで、まちづくりに関心を持つ若い人材の育成が図られている。

学生を商店街イベントなどの企画・運営にも参加させ、学生マンパワーを注入することで、イベントも活性化されている。

学生にイベントを経験させることで社会経験を積ませ、人材育成に繋がっている。

各種講座・セミナーの開催

「商業者のためのIT講座」、「市民向けIT講座」、「商業者のためのマーケティング塾」、日本政策投資銀行や経済産業省中心市街地活性化室などのまちづくり専門家による「まちづくりセミナー」等の開催により、商業者のスキルアップや意欲あるまちづくりの担い手の育成が図られている。

まちづくり活動を行なう個人・団体の交流の場の創出

商店街、市民団体など、まちなかで活動する個人・団体に活動の場を提供することにより、様々な活動を行なっている個人や団体が相互交流する機会が生じている。

毎月1日に開催している「朝市」が定着し、盛況を呼ぶとともに市内外出店者間の交流の場ともなっている。

HP開設・運営による情報発信

HPにより、まちの情報館の活動はもとより、中心市街地の様々なイベント、催しを紹介するなど、中心市街地のにぎわい創出に向けた情報発信を行なっている。

事業の課題

収入の確保

「まちの情報館」の運営経費は、ほとんど市からの補助金によって賄われている。今後の事業継続のためには、法人化や収入の確保について検討していく必要がある。

今後の事業展開

「まちの情報館」がアーケード名店街に立地しているため、中心商店街の一部にはアーケード名店街のための施設と誤認識している商業者も見受けられる。今後は、中心商店街全体に波及する、あるいは取り込んでいく事業を展開し、さらに拡大していく必要がある。

市民の認知度

日経流通新聞（日経MJ）の一面や、地元マスコミなどにも取り上げられているが、市民の認知度は高いとは言えない。今後、市民の認知度を高めるための対策を検討する必要がある。

まちの情報館

所在地 : 沼津市町方町106

TEL : 055-964-0211

FAX : 055-964-0212

関連URL :

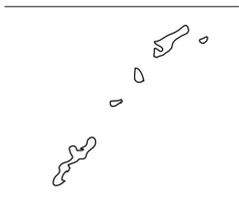
<http://www.numazu-plaza.net/jhokan/>



アーケード名店街で毎月1日開催されている「朝イチ」におけるまちの情報館前の風景



学生リーダー塾の様子



(4)中 部

堅町商店街（石川県金沢市）・・・・・・・・・・122

銀座通り商店街（愛知県瀬戸市）・・・・・・・・・・124

表参道発展会(いなり楽市実行委員会)
（愛知県豊川市）・・・・・・・・126

！ ここがポイント

土・日・祝の午後の歩行者天国「ホコ天」を平日にも拡大し、365日、午後は憩いの街に。



事業実施の背景

金沢市の人口は約45万5千人。他の中小地方都市にみられるように、中心市街地商店街は、郊外大型店・ショッピングセンターとの競争激化や郊外移住による街なか定住者の減少の影響を強く受けている。

堅町商店街においては、従来よりモール化整備事業を推進し、御影石による道路舗装や電気ロードヒーティングも完備し、ハード整備はほぼ一巡していた。

しかし、より魅力のある商店街として賑わいを増し、街中に人を呼び込むには、ソフト面における有効策が必要であった。

このため、以前取り組んだものの、周辺地域の反対により挫折した、歩行者天国「ホコ天」の拡大に取り組んだ。

事業の概要

「堅町商店街通り」は、車道幅員6mの金沢市道とその両側各3mの歩道、計12mの通りが430m延びる通りで、商店はその両側に軒を連ねている。

この通りの従来からの交通規制は、土、日、祝の午後(12:00~18:00)に限り、車両の進入が禁止となっていたが、休日で約3万人、平日でも休日の半数程度の通行量があり、人と車の混在は安全上からも問題があった。

このため、取り組みに当たっては、組合においても車両通行量調査を実施したほか、金沢市交通政策課へも働きかけ、「金沢市における歩けるまちづくりの推進に関する条例」にのっとり作業を進め、周辺地域の了解も得ることが出来た。併せて警察とも連携をとり、平成17年12月1日より、平日にも交通規制を拡大することが出来た。なおこの際、夕方の規制時間を1時間延長し、12:00~19:00とした。

アーケードのない商店街における通年のホコ天は、全国的にもあまり例がないと思われる。

事業の効果

ホコ天拡大後における通行量調査がなされていないため、確かなデータはない。

しかし、通りを行き交う人達は、車を気にせず道の真中をゆったりとくつろいで歩いている。また、幼児を乗せたバギー車を押した若い夫婦連れも歩道を歩かず、車道を歩く。

こうした安心感はやがてリピーターに繋がり、来街者の増加になるものと考えられる。

中心市街地は、高齢者比率も高く、散歩を日課としている人も多い。交通規制後はこうした人達からも散歩ルートとして好評であるほか、周辺住宅街では、従来、多くの通過車両が流入していたが、堅町通りの交通規制を機に、減少し、静かな環境づくりの一助ともなっている。

事業の課題

年間を通しての午後の交通規制の実施により、一般車の商店街への進入は抑制できたが、警察発行の通行許可証を有する運送業車両や組合員業務車両は、進入可能な状態となっている。

このため、一般車両が減った分、これら車両が目立ち、買い物客の印象を悪くしている。

対策として、荷捌き所の設置が求められているが、商店街通りは430mと長く、2箇所は必要で適地の確保は容易でない。また、各店の商品の荷受、配送は、リアルタイムで動いており、規制時間内の自由な通行を望む商店街の組合員の要望も多い。

これらは今後、運送業者との調整や、組合員への説得を要する部分である。

また、ホコ天は、寛ぎの空間や憩いの場所の提供も必要で、ベンチやパラソルといったストリートファニチャーの充実、街路樹の増植、景観の向上等のハード面、オープンカフェの実施、通りでのイベントの開催等のソフト面、これら両面での今後取り組むべき課題も多い。

堅町商店街

所在地	: 石川県金沢市
会員数	: 148名
商店街の類型	: 広域型商店街
関連URL	: http://www.tatemachicom



一店逸品運動と大学連携によるまちづくり

商店街等活性化事業の事例

愛知県瀬戸市 銀座通り商店街

！ ここがポイント

商店街が組織した委員会の認定オリジナル商品を新聞発表。また、商店街店主の共同経営店舗などを設置し、バーチャルモールをインターネットに掲載。

事業実施の背景

「銀座通り商店街」は、人口13万人の瀬戸市中心部に位置し、瀬戸市における3つの中心商店街のうちの一つであるが、核店舗の衰退以降、郊外部での大型店の出店もあり急速に衰退し空き店舗が増加していた。最近では商店街の努力により空き店舗が減少し、飲食店やギャラリーなどの新業態の店舗も増加している。

1997年6月の「2005年万博の瀬戸市開催決定」を受けて、様々な取り組みを実施。

<助走期間> 1998～2000

基本計画作り（やきもの文化に根ざした潤いのある街づくり）、女性部（銀座レディース会）の立ち上げ、イベントを通じての学生や市民団体との連携。

<ホップ> 2001～2002

銀座茶屋（商店街店主らによる共同経営の和風茶屋）、人コミュ倶楽部オープンを皮切りに空き店舗にギャラリーや飲食店がオープン。

<ステップ> 2003～2004

一店逸品づくり運動による既存店の活性化とネットワークを活かした商店街の新たな魅力作り。

<ジャンプ> 2005

愛・地球博開幕

事業の概要

一店逸品づくり運動

現在、10品目が「せと銀座の逸品」として認定されている。また、2店舗については、商品ではなく人物にスポットを当てて、瀬戸にもこんなすごい人がいるということで、「銀座マイスター」として認定している。

名古屋学院大学において作成された「一店逸品」バーチャルモールをインターネットに掲載してPRを実施。

（目的）商店街の各店が逸品を考えることにより、商売の原点である商品を見つめなおし、皆で意見を出し合うことにより、より良いものを作り、商店街のイメージアップ、ブランド化を目指す

銀座マイスター

瀬戸で他にいない技術・知識を有する人であると、いっぴん委員会の総意で認定する。

大学との連携・・・学生経営のお店

「カフェ&雑貨 マイルポスト」

瀬戸市内にキャンパスを持つ名古屋学院大学とまちづくりNPO人コミュ倶楽部が平成14年9月にまちづくりカフェを開店した。

平成12年秋に学生が商店街のイベントを手伝ったことがきっかけになり、経済学部の学生と教員らで作るまちづくりNPO「人コミュ倶楽部」が発足し、平成13年4月、商店街に事務所を開設した。その後土産物の販売を開始し、それが「マイルポスト」に発展した。

マイルポストは約100㎡の店舗に喫茶店と雑貨コーナーが設けられている。普段はコミュニティサロンとしてのカフェの営業をしているが、講演会やミニFM放送などのイベントも随時開催している。年に4回程度、名古屋学院大学経済学部政策学科「まちづくり研究入門」の一部として市民も参加できる公開授業をマイルポスト店舗内で実施している。

その他にも月一回程度マイルポスト店内にてコミュニティカフェイベントがあり、様々なゲストを招いての講演会&ワークショップが行われるなど、商店街・学生・市民を巻き込んだ多くの取組が実施されている。

マイルポストは、銀座通り商店街にとって、商店街の活性化に大いに寄与している。

銀座茶屋

店主が共同出資して、空き店舗に飲食店を開店。
(マイルポストのとなり)

かわらばん家

商店街の空き店舗対策として設置され、にぎわい回復、まち全体のギャラリー化の推進、若手陶芸家の育成等まちづくりの大きな一翼を担っている。

新たな魅力作り

・窯の広場設置

商店街が物を売るだけでなく、人と人が心をつなぐ場として、商店街内に窯の広場が設置され、地域の女性を中心となってフリーマーケットなどを実施しており、連日盛況。

・キャラクターの商品化

陶祖祭などで狛犬キャラクターの装飾を実施し、商品化につながった。

事業の効果

- ・商店街のイメージが向上し、来店客が増加した。
- ・来店客が、商店街をゆっくりと歩くようになった。
- ・空き店舗に入った者が新たに活動する仲間に加わった。

事業の課題

- ・既存店舗の店主が高齢化しており、事業へ参画しない。
- ・また、廃業になった店舗も住まいになっており、貸店舗にならない。

銀座通り商店街

所在地 : 愛知県瀬戸市

会員数 : 47店

商店街の類型 : 交流型商店街

「かわらばん家」写真



常設展コーナー



▲まちづくり公開授業

▲愛・地球博開催前に行われたミニFM事業

できることから始めるまちづくり

商店街等活性化事業の事例

愛知県豊川市 表参道発展会（いなり楽市実行委員会）

！ ここがポイント

若手店主が中心となり、ハード先行のまちづくりから脱却し、地域再生計画を活用したソフト先行まちづくり「いなり楽市」を推進。



「いなり楽市」で賑わう門前町

事業実施の背景

愛知県豊川市は、日本三大稲荷に数えられる豊川稲荷を有し、毎年正月三が日には120万人もの初詣客で賑わい、年間では数百万もの観光客を集めている。その豊川稲荷門前町の商店街は、古くから観光商業地として栄えてきた。

しかしながら、近年のライフスタイルの変化等により観光客が減少し、中心市街地としての活力が低下しつつある。中心市街地全体では、平成3年に530億3,000万円であった年間販売額も平成11年には290億6,600万円と半減し、また、店舗数も482店から336店に減少していた。

これに対し、豊川市では、行政主導で、活性化のためのまちづくり方針、都市計画道路の整備や地区の景観整備方針などを話し合うワークショップを幾度となく開催したが、行政にありがちなハード先行のまちづくりであったこともあり、商店街のまちづくり意欲も不十分であり、なかなか結論がでず、苦慮していた時期があった。

まちづくりの「はじめの一步」が踏み出せないこのような状況の中で、商店街の若手店主と地元住民が中心となり、「できることから始めるまちづくり」を合言葉にまちづくり活動が行われるようになり、当該地区のまちづくりは転機を迎えた。

事業の概要

いなり楽市実行委員会

平成14年に発足したこの委員会は、商店街の若手店主が中心となり、できることから始めるまちづくりを実践している団体である。この団体の成長により、長年行政があの手この手でまちづくりを試みてきたこの地区にあって、ようやく自発的にまちづくりを検討・実践できる地元の態勢が整ってきたといえる。この委員会では、まちづくりイベント「いなり楽市」を開催し、手作りの景観整備、地域情報の発信、地域ブランドの確立、名物商品の開発などを行っている。特に「いなり楽市」には、毎回2万人の集客(本市人口の15%)があり、大きな経済効果をもたらしている。

いなり楽市

月一回の定期イベントのテーマは、「なつかし青春商店街」。豊川稲荷やその門前町商店街が一番賑わっていた昭和30年代のレトロな感覚を楽しんでもらおうと、当時のホーロー看板や家電を飾りながら、路上に戸板を並べて「自由市」を開催している。はじめたころは細々と開催していたが、その賑やかな演出により、人が人を呼び、大きな集客を得るようになり、豊川稲荷の集客と相乗効果により、まさしく昭和初期の賑わいを再現している。

このまちづくり活動を継続させるため、毎週木曜日の午後7時から委員会を開き、深夜の3時ぐらいまで、「まちづくり」に関する話し合いを行っている。もちろん、この会合には市役所の職員も参加している。

道路の有効活用

いなり楽市では、道路を通行止めにして、大道芸を行ったり、商品を並べて商売したり、オープンカフェを行ったりしている。

これには地元の要望に基づき地域再生計画を策定しており、「道路使用許可の円滑化」、「補助施設の目的外転用」などの支援措置が活用されている。

費用のかからない景観整備

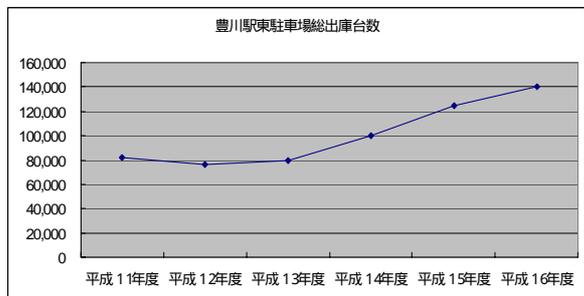
まち全体が古く、時代に取り残された商店街というデメリットを逆手に取り、門前町という地域特性を活かし、古いことや懐かしさを逆に強調するため、各店舗の軒先に昭和初期の懐かしいものを飾っている。これらは、高齢者の世代には懐かしく、若い世代には新鮮で、好評を得ている。

市民を巻き込んだまちづくり

この活動を続けている間に、このまちづくりへの賛同者が徐々に増え、現在では、周辺住民や商店主だけではなく、市内の中学校や高校、外国人サークル、市民ボランティアなど、市民を広く巻き込み始めている。

事業の効果

来街者の増加に関する指標として、当該地区の市営駐車場の総在庫台数の推移を把握しているが、いなり楽市の大きな集客もあり、増加傾向を示している。また、商店街そのもののイメージも向上したことにより、観光客に偏っていた来街者が、市民も訪れる商店街へと変化を遂げており、事業効果は高かったと言える。



事業の課題

できることから始めるまちづくりも大きな成果を収め、現在、この委員会では、次のまちづくりのステップとして、行政主導ではなく、自発的に商店街の景観整備(ファサード整備)を検討しているところである。

表参道発展会(いなり楽市実行委員会)

所在地 : 豊川市
 会員数 : 49 商店
 商店街の類型 : 観光地型商店街
 関連URL :

<http://www.fbgbbe.ne.jp/~okitsu-net/rakuchih.htm>



昭和初期の門前町(商店街)



各店舗の昭和初期の飾り付け



道路を活用した軒下戸板市



路上で行われるパフォーマンス



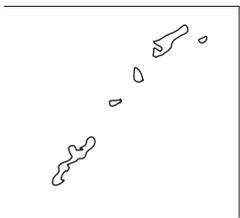
中学校のプラスバンド部演奏



いなり楽市により賑わう商店街



商店主が広告塔【ちんどん屋】



(5)近畿

福島聖天通商店街（大阪府大阪市）・・・・・・・・・130

篠山市内15商店街等（兵庫県篠山市）・・・・・・・・132

！ ここがポイント

「聖天さん」という地域固有の資源を活用した街づくり事業。占いで集めたお客さんの心をつかむ商売に、商店街ならではの知恵を活かす。



UF0 (=遊歩)をデザインした街の顔となるアーチ

事業実施の背景

戦前は聖天さんの参詣道として大いに賑わい、心齋橋、九条新道、十丁目筋(現天神橋筋)とともに、大阪の4大商店街といわれた。しかし戦後はありふれた駅前商店街となり往事の賑わいは失われる。

都心人口の減少、流通構造の変化、消費者購買行動の変化に対応できず、商店街での集客数は減少する一方であった。個店だけの自助努力だけでは解決できない課題であり、商店街全体の魅力向上による活性化策が必要であった。

事業の概要

統一コンセプトによる施設整備事業

平成13年3月、老朽化していた街路灯39本、アーチ5基を新設。同年12月、街路330mをカラー舗装。全設備を「遊歩=UF0」に統一することで商店街の一体感を醸し出した。

「占い」による商店街活性化

・「占いイベント」:夏の夜店の一環として占い師21人を集めて開始した。女性が集まり始めその後各マスコミに取り上げられ、来街者が急増する。

・平成14年度:売れても占いCOM・・・占いに重点を置いたwebサイトを構築し、占いのイベント情報を発信することにより、集客増大を図る。

・平成15年度:売れても占い大楽・・・占いを勉強したいと言うお客さまの要望に応える形で、商店街の空き店舗を活用し、「売れても占い大楽」を開設した。体験型修学旅行コースとしての占い体験も行う。

事業の効果

施設整備事業

- ・老朽化していた商店街が美しく蘇り、来街者の好評を得た。
- ・ハード面整備に至るまでの調査、勉強会、専門家との意見交換は組合員の意識改革と自信になり、その後の商店街活性化の取り組みに役立っている。

「占い」による商店街活性化

- ・ 占いイベントは一過性で始まったが、今では占い館を常設するまでに発展し、毎日占いデーを開催するが、特に第4金曜日は占い師20～30人規模で商店街の路上で街占いをを行う。
- ・ 個店でも占いに因んだオリジナル商品開発に取り組み、また店独自のおみくじを発行し大吉と出たらビールを無料とする酒屋など、自店の売上増進を図る積極的な店舗が現れてきた。
- ・ 占いを目当てに来街する女性をターゲットにする飲食店等が空き店舗に出店するようになった。組合新会員が増え、この2年間で20店舗以上にも上る。廃業する店舗ができるのは避けられないが、新規に開店する店舗が多く、それをカバーし、かつ盛況であることは素直に喜んでいる。

事業の課題・反省点

- ・ 観光スポットとして強化を図りたい意向。阪神福島駅にある大手ホテルはUSJ観光客の宿泊拠点になっている。この立地も活かし、全国の旅行者、修学旅行生が訪れる全国区の商店街を目指す予定。
- ・ 占い関連商品を各店が出す「一店逸品運動」を全組合員に呼びかけている。占いイベントによる集客を個店の繁盛に結びつけたいのだが、どうしてよいのかわからない店舗もあり、何らかの対策を講じることが課題。
- ・ 平成16年春に、スタートさせた修学旅行生対象の「なにわ商人体験」は平成17年春だけで16校630人を受け入れた。予約もリピートを含めかなりの数になる。これ自身独立出来る事業となりそうであり強化していく意向。人気の秘密は地元特産品の実販売体験、人気鑑定士による手相教室、福沢諭吉翁生誕地ならではの商人訓話など3時間に濃い中身が凝縮されていること。

福島聖天通商店街

所在地	: 大阪府大阪市
会員数	: 135
商店街の種類	: 地域型商店街
関連URL	: 福島聖天通商店街振興組合 http://www.uretemouranaicom/



占いイベント（夜市も開催）風景



占いキャラクター「うらちゃん」R

「丹波篠山ブランド」の確立を図り、街をPR

！ ここがポイント

「ささやま工房 風花」の整備により、商店街の回遊性強化。カタログ等を通して、「丹波篠山ブランド」の確立を図り、街を全国的にPR。



ささやま工房 風花

事業実施の背景

篠山市は兵庫県中東部に位置し、篠山町・西紀町・丹南町・今田町の4町が合併した人口5万人弱の市である。(株)まちづくり篠山は篠山市の中心市街地の活性化を図るため、平成14年11月に設立された3セクのTMOである。

篠山は戦前より丹波地域の中核都市として、周辺町村からも買物客を集め、丹波最大の商店街として隆盛を誇っていた。しかし、モータリゼーションの進展や大型店の郊外出店等により、徐々にその地位が低下し、空き店舗が増加してきた。そのため、商業者の有志が「自分たちで何とかしなければならぬ」と立ち上がり、平成3年6月に「篠山町商業振興協同組合」を結成した。同組合では空き店舗の斡旋や「大正ロマン館」の運営などを手がけ、閉鎖が検討されていた市営の宿泊施設「ささやま荘」をリニューアルオープンさせた。そして運営管理はすでに設立されていた有限会社クリエイトささやまに委ねた。組合のメンバーが中心となり平成14年に3セク

のTMO「株式会社まちづくり篠山」が設立された。

近年、PR効果もあり、篠山の観光資源を求めて篠山城趾やささやま荘に徐々に観光客が増え始めている。篠山城趾と地場産品館がある観光バスの駐車場を結ぶ街路に観光客が多く通行するようになり、商店街の東側店舗では日用品店から観光客目当ての土産店に変わった店も多い。一方、観光客の動線からはずれる西側は、人通りが少なく空き店舗も目立ち閑散としている。このため、商店街西側に集客施設を整備して回遊性を強化し、人の流れを作る必要性に迫られていた。

また、(株)まちづくり篠山では丹波篠山の特産品を全国的にPRすることによって、特産品の販売強化を図るとともに、篠山市の名を広め、遠方からの観光客を呼び寄せたいとのねらいがあった。平成15年度に独自の費用でカタログ作成を行ったが、その反応は期待以上に大きかった。

事業の概要

ささやま工房 風花（かざばな）

中心市街地商店街の二階町西方面への回遊性強化を図るため、下二階町の空き店舗を活用して平成16年9月に「ささやま工房 風花」をオープンした。建物は木造2階建てで、1階部分50坪あまりの店内で花や雑貨、委託品の販売等を行っている。園芸体験教室やBOXショップ（BOXごとのスペース貸し）も行っており、店内奥には喫茶コーナーがある。この喫茶コーナーや中庭を使って「バロック演奏会」や「ファッションショー」「ガーデンパーティー」等のイベントを開催している。また、中庭の奥には昔ながらの趣がある蔵が残されており、蔵の中では生活骨董品を販売している。

特産品カタログ販売

丹波篠山の特産品を全国的にPRして、本物しか売らない「丹波篠山ブランド」の確立を図るため、特産品のカタログ及びインターネットによる販売を行う。これが、本格嗜好の消費者に好まれるとともに来訪者の増加という相乗効果が図られている。また、歴史・文化やイベントも掲載して丹波篠山のPRを行った。作成したパンフレットは「黒枝豆パンフレット」(10万部発行、うち9万部はDM発送)、「丹波篠山特産品カタログ」(5万部発行、うち3万部はDM発送)の2種類で、各顧客や地元出身者、観光客及び市内の各商店宛に配布した。地元出身者へは「ふるさと回帰」、観光客へは「リピーター効果」をねらっている。

事業の効果

「ささやま工房 風花」によって、観光客のみならず30～50歳代中心に多数の地元客の集客があり、二階町をメインとする横軸の流れが増加し、動線強化対策の足がかりとなった。

また、カタログ販売事業では、平成15年に(株)まちづくり篠山の自費でカタログ作成したときと比べ、大幅に顧客への配布部数を拡大する事ができ、全国的に丹波篠山ブランド(黒豆、猪肉等)をPRすることができ、本市への集客効果が図られている。

事業の課題・反省点

平成17年度からは「ささやま工房 風花」の中庭等を活用した各種イベントを積極的に開催して集客を図りたいと考えている。また、カタログ販売を本市への来訪のきっかけになるよう、ホームページを充実させたい。

篠山市内15商店街等

所在地 : 兵庫県篠山市

会員数 : 15商店街等 390商店

(デカンショ通り、栄町、西新町、北新町、上河原町、下河原町、上立町、下立町、呉服町、上二階町、下二階町、本町、上西町、下西町、東岡屋)

商店街の類型 : 広域型商店街

関連URL : (株)まちづくり篠山

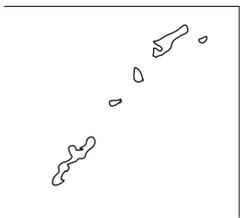
<http://tanba-sasayama.or.jp/tm/o/>



「ささやま工房 風花」物販コーナー



昭和レトロ再現イベント「あの頃の夕暮れ」



(6)中国・四国

鳥取本通商店街（鳥取県鳥取市）・・・・・・・・・・136

奉還町商店街（岡山県岡山市）・・・・・・・・・・138

呉市中央地区6商店街（広島県呉市）・・・・・・・・140

拠点施設「パレットとっとり」で賑わい復活

！ ここがポイント

新名所「わらい地蔵」やユニークな業種を集めた「商業テナント」などによる「新たな市民交流の場」が誕生し、商店街の賑わいが復活。

商店街等活性化事業の事例

鳥取県鳥取市 鳥取本通商店街



パレットとっとり外観

事業実施の背景

TM0 構想において、中心市街地活性化の重要拠点として位置づけられ、弥生町の地元銀行跡地に建設された、市民交流機能と地域商業機能を持った複合施設である。平成10年度の中心市街地活性化基本計画において「中心市街地活性化の起爆剤としての拠点形成事業」として位置づけられたのち、鳥取市による「弥生にぎわい拠点整備構想」の策定や市民政策コメント等、その設計、運営方針について、幾度の検討が試みられた。

15年度に鳥取本通商店街を事業主体として、TM0がそれを支援する体制で計画を推進することで、本格的に事業がスタートし、施設の竣工に至る。

事業の概要

「パレットとっとり施設概要」

所在地：鳥取市弥生町323番地

建物：鉄骨造鋼板葺陸屋根2階建

延床面積：2,526㎡

機能：商業テナント12店849㎡

駐車場13台

市民交流ホール388㎡

業種構成：食品スーパー・JA直売所・ベーカリー・焼肉・韓国料理・あげもち・回転すし・美容院・リラクゼーション・ネイルケア・まつ毛ケア・占い

イベント種類：文化講座・展示即売会

文化展示・音楽会・研修・調理実習

事業の効果

最寄品店舗や地場産品の店を誘致することで中心市街地への来街動機、頻度、利便性が高まりつつある。

年間利用者数・・・予定利用者34万人に対し20%アップで推移

年間売上高・・・年間見込売上3億6千万円に対し9%アップで推移

広域交流拠点としての賑わいを生み出す市民交流ホールは、市民企画イベントの実施、市民団体活動拠点としての「にぎわい回復」の契機となる。

年間ホール稼働件数・・・550件（平均1日15件の利用件数）

パレットとっとり付近の8地点での通行量が平日・休日とも増加。

平日平均通行量で前年比8%増

日曜平均通行量で前年比5%増

事業の課題

特徴のある販売促進イベントで、テナントと商店街とさらなる連携強化を図り、継続的集客に寄与する。

商店街空き店舗対策により、商店街の魅力増進を図り、中心市街地のコア商店街としての役割を担う。

集客とにぎわいを生み出す回遊連鎖の要として、他の中心市街地交流拠点とのシナジー効果をより高める。



JR鳥取駅前の市街地マップ

鳥取本通商店街

名称：鳥取市本通商店街

所在地：鳥取市栄町401番地

組合員：65名



お客様でにぎわうコンコース



本通商店街の新名所「わらい地蔵」



市民交流ホールのイベントの様様

コミュニティー施設を拠点に連携を強化

商店街等活性化事業の事例

岡山県岡山市 奉還町商店街

！ ここがポイント

コミュニティー施設「奉還町りぶら」を拠点に、様々な人や団体との連携を強化し、事業を展開していくことにより商店街を活性化。



奉還町りぶら

事業実施の背景

奉還町商店街は、明治初期に池田藩の武士が、大政奉還により手にした奉還金を元手に店を興したのが始まり。価格が安くかつ庶民的な商店街として古くから栄えていた。岡山駅西口徒歩数分という好立地にあり、周辺には病院や岡山大学等の学校、国際交流センターなどが集積しており購買力のポテンシャルはありながらも、郊外への大型店の出店や、ライフスタイルの変化、消費者ニーズの多様化とともに商店街を取り巻く経営環境も厳しくなり、地盤沈下も顕著になってきた。

そのような中、昔ながらの井戸端会議をしながら商人と住民が、または住民同士がコミュニケーションや情報交換を図る“人に優しい商店街づくり”を推進する拠点として、コミュニティー施設「奉還町りぶら」を建設した。現在では、近隣にコンベンションホール、放送局やホテルが入居する再開発ビルが整備され、今後、さらに集客性・回遊性が期待される場所である。

事業の概要

設置の経緯

奉還町りぶらの場所は元々婦人服店であり、廃業後、商店街振興組合で買い取りを決定。当時、イベントの開催スペース不足に悩んでいた組合では、地元住民が立ち寄りやすくオープンスペースのあるコミュニケーションツールとしての施設建設を計画、平成9年に土地を購入、平成10年に建設着工、平成11年5月にオープンとなった。

施設の概要

延床面積 50834㎡

建設費 約1億7千万円

施設内容 4階建（ギャラリー、ポケットパーク事務所、ホールA～C）

利用時間は10時～21時まで。料金は2時間2千円。ただし、学生やボランティア団体等は無料。

施設の活用事例

1) 浪漫ティック奉還祭（7月最終土曜日開催）

奉還町りぶらでは、広場を活用した踊りやパフォーマンスを開催。また、学生との連携、国際交流を中心に商店街全体を活用したストリートイベントを開催することで、駅西地域を挙げてのイベントとなっている。

2) 学生との連携

平成15年からビジネス系専門学校「ビーマックス」と交流を開始し、生徒を講師に、店主らを対象にしたパソコン教室を開催。また、学生の発案で、子供から大人まで参加できるハロウィーン仮装コンテストを開催したり、商店街のホームページを作成するなど連携を強化している。

3) ファジアーノ岡山の応援の拠点

中国サッカーリーグに参戦しているファジアーノ岡山のサポーターが、応援活動の拠点として奉還町りぶらを使用。選手との交流イベントを開催している。

事業の効果

来街者の多様化

学生やボランティア団体の利用料を無料にすることで、それらの利用促進が図られ、商店街活動との連携も強化されることとなり、若者など従来と異なる来街者を呼び込むこととなった。

空き店舗の解消

積極的な活動事例が紹介されるなど、商店街のイメージアップが図られ、周辺町の野菜を販売するアンテナショップや福祉団体の出店等、商店街の空き店舗への出店が加速された。

商店街活動の活性化

奉還町りぶらという活動拠点をもつことで、その運用を手がける「おかみさん会」が組織化されるなど、組合の活動意識が高まり、積極的な事業展開が図られるようになった。

事業の課題

学校や団体との連携を強化しながら、イベントを中心とした活動は継続し、交流の幅は広がってはいるが、平成17年度岡山市店舗実態調査によれば、約7割が50歳以上の経営者であり、確実に高齢化を迎えている。さらに、後継者も約6割がいないとし、住居兼用の店舗も多いため、非店舗化、空き店舗化する潜在的可能性を抱えている。

また、岡山駅西口の再開発の効果による人の流れを商店街の来街者に結びつけるため、いかに奉還町りぶらを活用するかの仕掛け作りが必要である。



浪漫ティック奉還祭

奉還町商店街

所在地	: 岡山市
会員数	: 約100商店
商店街の種類	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.houkancho.com



奉還町商店街地図

！ ここがポイント

商店街の空き店舗情報を積極的に公開。女性タウンマネージャーらの活躍により、商店街を「買い物の場所」から「楽しい場所」へとイメージチェンジ。



中通商店街

事業実施の背景

呉市は、商店街の空き店舗対策として「呉市商店街空き店舗有効活用事業」を実施していたが、利用希望者が現れず、新たに効果的な空き店舗対策事業を検討していた。

呉TMO（商工会議所）では、平成15年、16年度の2年間に「まちおこし特別委員会」を設置し、防犯カメラの設置や学生イベントの支援などを実施し、にぎわいの創出に一定の成果を収めてきた。

しかし、呉TMOの業務は、呉商工会議所の職員が兼任で行っていたため、その活動がある程度制約され、機動性、柔軟性等において課題が生じていた。

このため、呉TMOでは、(独)中小企業基盤整備機構のタウンマネージャー派遣事業を活用し、平成17年度より専任のタウンマネージャーとして、中小企業診断士の資格を有する専門家の派遣を受けることとなった。

事業の概要

空き店舗対策事業

1) 「来てくれ店舗公募事業」(呉市事業)

呉市の中心地区で開業を希望する企業・個人から企画を募り、採用案件1件に100万円の報奨金を進呈。新規創業者に限らず、既存事業者の新規出店案件も応募可能

2) 不動産データベース(空き店舗情報)の構築

広島県宅地建物取引業組合の協力を得て、空き店舗データベースを構築。同時に、タウンマネージャーが賃貸物件を定期的に確認し、条件の良い賃貸物件は、「TMOおすすめ物件」として、優先的に紹介している。

3) 開業相談、支援活動

空き店舗対策事業の広報を強化し、開業希望者の相談、ビジネスプランの策定及び、資金調達を支援している。

さらに、TMOのネットワークを活用し、開業後の広報、販売促進を支援している。

女性リーダーの存在

呉TMOは、まちづくり活動の独立性を確保し、商店街だけでなく広く住民が参加しやすい組織として、「NPO法人タウンマネジメントくれ」を設立。女性タウンマネージャーがこのNPO法人の運営実務を担当している。呉市の場合は、「まちおこし特別委員会」の座長が女性であったこともあり、まちづくり活動の主要メンバーは女性マネージャーには抵抗がなかった。タウンマネージャーの実際の活動を見てみると、消費、流行に対する感性が高いなど女性ならではの特徴をうまく活用している。

事業の効果

前記の報奨事業や空き店舗情報のデータベースの構築等により、平成 17 年度中には、中央地区商店街において 18 店舗の新規開業があった。さらに、市民団体やボランティア団体、周辺企業、大学生、一般住民等による各種イベントの発掘、支援と、ネットワークを構築。以下の具体的事業を通じて、市民にとって商店街は「買い物をする場所」であるだけでなく、「楽しい場所」となるイメージが定着しつつある。

ウェディングパレード事業

呉カルタ事業

子供連れ歓迎飲食店MAP作成事業

VIVA! 呉 アートフェスティバル事業

RENGADORI PHOTO SESSION 事業

事業の課題

商店街のあるべき姿、今後目標などを明確にし、関係者間で共有する必要がある。

まちづくりNPOの機能強化

今後、各事業を推進していくためには、財政面を含め「NPO法人タウンマネジメントくれ」の運営を軌道にのせ、機能を強化していく必要がある。

広報の充実

商店街活性化への取組みは一定の成果を残しているが、それを明確に認知しているのは、まだひとにぎりの住民にすぎない。より多くの参画者を得るために、あらゆる機会を使って、活動に対する理解を深める必要がある。

貸し渋り空き店舗への対策

営業を行っていないにもかかわらず店舗を貸していない物件が複数存在している。家賃の低減及び、貸し渋りに対して、家主の理解を得るための活動が必要である。

呉市中央地区 6 商店街

中央地区商店街

所在地 : 広島県呉市(中通商店街, 本通商店街, 市役所通商店街, 劇場通商店街, 花見橋通商店街, 三和通商店街)

会員数 : 305 商店

商店街の類型 : 地域型商店街

関連URL(呉TMO) :

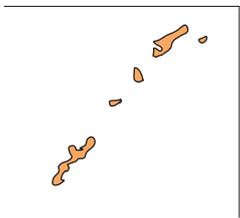
<http://www.kureccior.jp/tmo/tmo/index.shtml>



ウェディングパレード事業



若者に人気の古着ショップ



(7)九州・沖縄

飯塚市内 6 商店街（福岡県飯塚市）・・・・・・・・・144

NPO法人子どもの本屋ピピン（呉服町名店街）
（佐賀県佐賀市）・・・・・・・・146

諫早市内 3 商店街（長崎県諫早市）・・・・・・・・148

上乃裏通り（熊本県熊本市）・・・・・・・・150

中央通り商店街（大分県臼杵市）・・・・・・・・152

山下新天街商店街（宮崎県延岡市）・・・・・・・・154

！ ここがポイント

商店街サポーターズ会員募集中「いつも何かやってる商店街」おげんきデー、商店街ツアーなど様々なイベントを開催。

事業実施の背景

飯塚市の中心市街地は、郊外への大型店・専門店の出店や福岡都市圏との競合により、土日の来街者が減少傾向にあり、また、平成15年7月の集中豪雨による水害で空き店舗の増加が強く懸念されていた。

一方で、平成15年11月には吉原町再開発ビルである「あいタウン」がオープンし、中心商店街の回遊性の拡大に向け空き店舗対策によるテナントミックスを行うことにより、地域に不可欠な魅力ある商店街の形成と新規来街者の誘引を図った。

また、中心市街地が一体となって様々なイベント事業に取り組む事で「あいタウン」との回遊性も増し、土日の来街者増が期待できる。さらには、中高年齢者・環境問題などNPOや学生など様々な団体等と連携することにより、時代に即応した活性化事業の実施が可能になると思われる。

事業の概要

テナントミックス事業

商店街を一つのショッピングモールととらえ、空き店舗を活用し、商店街への新規来街者の誘引を図るため、新規事業者の出店を促進し、魅力ある商店街の形成を図るテナントミックス事業を実施。現在、4店舗が出店し、営業中。

イベント事業

商店街の強みである地域との交流を活かし、観光事業、歴史的な祭りと一体となり土日の来街者の誘因を図るため、次のイベント

を行った。

復GOセール「7.19 飯塚大水害復興感謝祭」/
山笠写真展 / 敬老会イベント / ぶらり市 / 年末年始イベント等 / 本町アーケードリニューアルイベント / 雛のまつり

商店街サポーターズ事業

地域住民を対象とした商店街サポーターズを結成し、消費者から様々な意見を取り入れ、消費者と合同でみんなの商店街、まちづくりを進める。主な取組みは、次のとおり。

商店街ツアーの実施 / 定期イベントの開催 / 空き店舗表示パネルの設置 / 商店街ぐるめマップの作成 / 商店街モニターの設置 / 商店街お店PRビデオ制作、上映 / 商店街サポーターズ情報誌フリーペーパーの発行準備 / 会員証の発行

吉原町地区再開発事業との連携事業

中心市街地活性化の核的存在である商業ビル「あいタウン」と商店街との回遊性を図り、郊外への流出を阻止するため、イベントの相互利用や広報活動を行った。また、あいタウン駐車場90分無料化が消費者に浸透し、商店街との回遊にも貢献できた。

大学生、NPO等と連携した活性化事業

大学生、NPO団体等と連携したまちづくりの一環として、空き店舗や広場を活用し、気軽に事業活動を行ったりできるスペースの確保を図り、地域に不可欠な商店街として地域住民の認識を高める事業を実施した。主な取組みは、次のとおり。

大学祭MONTH開催式 / 嘉穂劇場との連携イベント / 小さな子供のための広場「キッズスペース」の設置 / イベントへの相互参加

事業の効果

テナントミックス事業

平成12年度からの空き店舗対策事業として定着しており、入居希望者等問合せも多い。また、一目で空き店舗の情報がわかる「空き店舗表示パネル」の作成により、入居促進が図られ、空き店舗入居者の定着率は全国的に見ても高くなっている。

イベント事業

商店街の強みである地域との交流を活かしたイベント開催した結果、消費者にとってより身近で、楽しめる商店街であることが認知された。

事業の課題

テナントミックス事業

各商店街の特性にあった業種・店舗が配置されるか、また、長期的に店舗営業が行われるか等が課題。

イベント事業

集客できる売り出しや企画性に富んだイベントの開催回数を増やし、いつも何か楽しさを感じられる商店街づくりを目指すことが課題。

また、本町商店街が独自で平成17年から年金支給日に合わせて実施しているおげんきデー（偶数月の15日）を全商店街で実施し、健康相談など高齢者を対象としたイベントを開催し、お年寄りに優しい商店、商店街を目指すことが必要。

商店街サポーターズ事業

対象を絞った商店街ツアーの実施、モニターを活用した店舗紹介ビデオの制作、上映等により会員の獲得、ひいては商店街への顧客流入につなげていくことが必要。

他事業・他団体との連携事業

若者にも楽しんでもらうため、また、事業を広く市民に理解してもらうため、市内にある3つの大学の学生やNPO等との連携の強化を図ることが課題。

飯塚市内 6 商店街

所在地 : 飯塚市

会員数 : 6 商店街 3 8 2 商店

(本町商店街、東町商店街、永楽町商店街、昭和通り商店街、吉原町商店街、新飯塚商店街)

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL : <http://www.ezuka-mall.com/>



！ ここがポイント

空洞化が著しく進む中心商店街の空き店舗へ店を誘致するにあたり、進出するNPOと市の職員が協力して店舗改装を実施。

事業実施の背景

佐賀県内唯一の、子どもの本の専門店を運営していたNPO「ピピン」が、拠点としていた住宅街の店舗から立ち退きの通告を受けたため、佐賀市の街づくり推進課に相談に来た。

街づくり推進課では、子どもの本を専門に扱う本屋を誘致することは、中心市街地の活性化に大いに貢献すると判断し、空き店舗の家主との交渉を行った。

結果として、街の活性化に非常に協力的な家主と出会うことができ、極めて安い賃料での交渉が成立し、「ピピン」が中心市街地に進出することになった。

事業の概要

手作りの店作り

もともと、子どもたちに良質な本を提供したいという思いで立ち上げたNPOであったため、店舗の改装費用等に費やす経費は持っていない。相談を受けた職員は、店舗の改装を手伝うことにした。

補助金を使っただけの空き店舗対策もいろいろあるが、労力を提供する形の空き店舗対策事業もあっていいだろうと考えた。

たまたま、大工仕事得意な職員がいたということもあって、店舗の改装作業が始まった。

店づくりがつくる、街のコミュニティ

実際に、店舗の改装を始めると様々な効果が目に見えて出てきた。まず、手伝いを頼んできた「ピピン」のスタッフも一緒に作業を始めた。

補助金をもらって建設業者を使った場合、こうはいかなかっただろう。

次に、街づくり推進課の職員が店舗の改装をやっているということで、商店街の人たちが、次々に現場を訪れた。

「ピピン」に期待する街づくり

みんなの手によって、「ピピン」は、平成18年5月7日に引越しを終え、13日にオープンした。街なかに出てきた「ピピン」は、子どもの本の専門店としてだけでなく、中心市街地のマンションに住みながら街なかを歩かない若い親子と街との出会いの場として、中心市街地のお年寄りとも子どもたちとのふれあいの場として、そして子どもたちの成長を見守る場所として活躍してくれると期待されている。

事業の効果

やればできる

今回の事業において、職員やNPOの奥さんたちが特殊な技能を持っていたわけではない。みんなが持っていたのは、何とかしたいという気持ちだけである。

人のネットワーク

店舗の改装をするにあたって、昨年10月に合併したばかりの町の森林組合から、地元産の木材を安価で提供してもらった。

街づくりにおける人のネットワークの重要性を痛感した。

地域コミュニティの拡大

「街づくりは人づくりから」とよく言われる。

今回の事業を通じて、中心市街地から、いつのまにか地域コミュニティが消えてしまっていたということに気づいた。人が集まる理由も、きっかけもなくなってしまっていたのだ。こうした中、行政の職員が街の人と一緒に何かに取り組むことが、地域コミュニティの再生に貢献し、ひいては活性化の足がかりになるということがわかった。

地域連携の拡大

「ピピン」を誘致した空き店舗は、佐賀市の中心市街地の中でも最も空洞化が著しい地域にある。市では、隣接する道路を沿道の人々の協力を得て、3年がかりで歩きたくなる道路のモデルケースとして整備してきた。当初は反対者が多かったこの地区の人たちが、今では「ピピン」の開業を心待ちにしているという。道路のモデルケースとしてだけでなく、地域コミュニティ拡大のモデルケースとしても期待したい。

事業の課題

事業に対する理解

行政というと、金を出すのが、労力を出さないのが普通。ましてや、朝から作業服で大工仕事をするのと「街づくり」を関連付けるのは、内でも外でも、まだ若干違和感があるようだ。

行政内部や街なかで、こうした行動への評価が得られるには、もうしばらく時間がかかるかも知れない。

郊外大型店対策

佐賀市の中心商店街の空洞化は、尋常ではない。平成12年、平成15年の大型店の立地に続き、平成18年中にも大型店がオープンする予定があり、中心商店街は壊滅的な打撃を受けると思われる。

NPO 法人子どもの本屋ピピン

所在地 : 佐賀市呉服元町7 - 18
 沿革 : 2003年3月子どもの本専門店として開業
 2006年5月13日移転オープン
 関連URL : <http://www.bunbun.ne.jp/~pppin/>

呉服町名店街

所在地 : 佐賀市
 店舗数 : 41店舗
 商店街の種類 : 地域型商店街



店舗の改裝作業風景



オープンした店内



歩道から見たピピン

商店街に不足業種公募型共同店舗を設置

！ ここがポイント

商店街自らが大型店の撤退後の跡地に不足業種公募型の共同店舗や市民のまちづくり活動をサポートする施設を整備。

事業実施の背景

平成16年9月、アエル中央商店街の核店舗であった大型店が、平成17年2月の撤退を表明したため、直ちに商店街とTMO、諫早市は、対策協議会を立ち上げ、大型店撤退後の対策について検討を進めてきた。

当初は、既存の建物を活かしてショッピングセンターを誘致することを考えたが、築30年以上経つ老朽化した建物では、ランニングコストの面からも経営が厳しいことがわかった。

このため、いくつかの案の中から、商店街が事業主体となって街区に不足している業種の充足と、以前から消費者からの要望が強かった無料駐車場の設置を優先して建設することとなった。

用地については、賃貸借交渉等に相当の期間を要するものと予想したが、地権者のまちづくりに対する意識が高く、全面的な協力が得られたため、異例の好条件で契約をすることができた。

また、これまで地元大学や市民団体とまちづくりに係る共同事業を行う中で、活動のための拠点施設のニーズがあったことから、まちづくりに関わるグループが集い、交流できる施設として「まちづくり工房」を設置することとなった。

事業の概要

不足業種公募型共同店舗及び駐車場の設置街区に不足する業種を公募することによ

て、商店街に不足する業種の充足を図り、地域商業者で共同店舗と消費者からの要望の強い無料（時間制限）駐車場を設置する。

まちづくり工房の設置

市民のまちづくりへの参加を誘引し、実践的に種々のまちの活性化策を創造していく場として、共同店舗2階に「まちづくり工房」を併設し、継続的に市民のまちづくり活動をサポートするとともに、共同店舗との相乗効果による来街者の増加も図る。

共同店舗等の運営推進事業

共同店舗や駐車場、まちづくり工房の運営を円滑に行うために、専門家の助言・指導を受けるほか、関係書類の作成を委託する。

賑わい創出イベント事業

工事期間中に商店街に賑わいを創出するためのイベントを実施する。

事業の効果

大型店の撤退により、街区に不足することとなった業種が充足されるほか、待ち望まれた無料（1時間）駐車場の設置や市民のまちづくり活動の拠点が創出され、商店街の賑わい再生効果が期待できる。

また、事業の経過から生まれた効果として、大型店の閉店からわずか1年余で（平成18年5月末の完成）新たな商店街の核となる商業施設の建設を商店街が一丸となって取り組み、話し合いを重ねたことにより商店街内の意思統一が図られ、組織の風通しと結束力が高まった。

諫早市内 3 商店街

所在地	: 諫早市
会員数	: 3 商店街 1 1 4 商店 (栄町商店街、本町商店街、竹の下通り商店街)
商店街の種類	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.sahayaccicom/

工事期間中の賑わい創出イベントとして、商店街の専門性を活かした「匠の市」は、多くの集客と手ごたえを得ることができ、参加店の専門店としての自信の回復につながった。「匠の市」の成功を機に、活動が停滞していた商店街組合の女性部の活動が活発化し、商店街活動に女性の意見が反映されることとなった。

さらに、マスコミ報道やイベントの実施を通じて、事業のPRを行ったことによって、コーポラティブマーケット「アエルいさはや」事業に対する市民の期待が集まると同時に、中心市街地活性化に対する関心も高まりつつある。

事業の課題

コーポラティブマーケット「アエルいさはや」は、商店街が設置する共同店舗であるため、運営についても組合で協議しながら事業推進を行うこととなる。

しかしながら、組合内にはショッピングセンターとしての共同店舗を戦略的にマネージメントできる専門性を有していないため、外部専門家の指導・助言を受けながら安定経営を図っていかねばならない点が課題となっている。

このため、今後はショッピングセンターの経営ノウハウを持つ人材の発掘や採用により、魅力あるショッピングセンターとしての機能をハード、ソフト面から継続的に行う必要がある。

匠の市（専門店による傘の無料修理）



匠の市（フリーマーケット）



！ ここがポイント

民間事業者が、所有者及び出店者のニーズをマッチングすることで、木造古家の再生・活用を実現。新たな魅力で街を再生。

事業実施の背景

熊本市の中心商店街・上通から東へ約100m離れた「上乃裏通り」は、車1台がやっと通れるような路地裏で、以前は、老朽化した築100年以上の木造建物が多く、商業地としての価値は低い地域であった。また、「防犯地域」「準防犯地域」のために、鉄筋建てが建直しの条件となり、所有者は、新築コストがかかるため、古い建物を放置するか、取り壊して駐車場にして活用していた。

このような中で、1987年、県内から移築してきた「繭蔵」を改装したビアレストラン「吉乃倉庫」がオープン、古い蔵を活用した独特の食空間が評判となった。これを契機に、中心商店街に比べ地価や賃料が安いこともあり、若者を中心に上乃裏通りへの出店ニーズが高まり、この改装を手掛けた工務店経営者は、多くの若者たちから創業の相談を受けるようになった。また、工務店経営者は、古い建物が次々と取り壊され、「古いもの」や「裏通りの魅力」が失われていくことを危惧して、所有者に「建物を捨てるのではなく、再生すること」を働きかけた。所有者からの再活用に関する依頼も増えていった。

事業の概要

工務店の経営者が、所有者及び出店者の双方に利益をもたらすため、それぞれ個別・詳細に打合せを行い、最も適した手法により再生を実現している。

借地で旅館業を営み経営不振から廃業を覚悟した経営者の場合は、資金面の目途をたてるために、段階的に改修することで再生を実現。建物を壊すと収入の道が絶たれたが、旅館跡には、レストランや衣料品店など5店が入居。毎月の賃料収入を生み出す「優良資産」へと再生されている。

所有者は、駐車場よりも多くの家賃収入が見込めるようになり、また、新築よりも建築費が割安なため、比較的安い賃料の設定が可能となる。

また、出店者に対しては、工務店経営者が、出店コスト削減のために、デパートの改装などで発生した廃材・什器等を無償で提供するほか、経営面についても指導・助言を行い、お金は無くともやる気のある若者の出店をサポートしている。

事業の効果

1987年のビアレストランのオープンを契機に、所有者、出店者を巻き込む「面」としての「大きな」波及を実現した。現在は、古い民家や旅館など70の木造建物がお洒落に再生され、自然発生的に、飲食店、古着屋、雑貨店、ブティックなど約100店舗が集積。通り全体として、「古さと新しさが融合した独特の雰囲気」のある空間を形成している。

上乃裏通り

所在地	: 熊本市
商店数	: 100 商店
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.manyou-kumamoto.jp/

事業の課題

上乃裏通りでは、古い木造建物を再生することで、中心商店街に比べると比較的安い賃料での入居が可能となり、自然発生的に若者などの個性的な店舗が集まってきた。しかしながら、最近では、通りの価値が高まってきたことから、古い建物を取り壊して新たなテナントビルに建替えるケースも出てきている。今後も、通りの雰囲気を持続し、魅力ある店舗の集積を図るために、建物の保全について、所有者の理解と協力を得るための仕組みづくりが課題となる。



(蘭蔵を改装したピアレストラン)



(魅力ある商業集積)



(旅館跡リニューアル)

いにしへの刻が薫る街に生まれ変わった商店街

！ ここがポイント

歴史のある街並みを残した景観形成とチャレンジショップによる活力ある商店街とまちづくり。

事業の背景

臼杵石仏で有名な大分県臼杵市は、中世の時代に城下町が形成され、南蛮文化に彩られた国際都市として発展した。現在も武家屋敷や町屋、寺院などが立ち並んでおり、江戸～昭和初期の雰囲気の色濃く残している。県都大分市に隣接しながらも、これまで造船業を軸に醸造業、商業などが栄え、県南の中心都市としての役割を担ってきた。人口約4万4千人の都市である。

臼杵市中央通り商店街は、市の中心市街地の中心部に位置し、直線約320m、組合員数46店舗の近隣型商店街である。周辺には稲葉家下屋敷、野上弥生子文学記念館、二王座の町並み等歴史・文化等の資源があり、商業と観光の中心地となっている。



寺院や武家屋敷が立ち並ぶ二王座歴史の道

事業の概要

アーケード撤去及び街並み整備

平成5年、商店街では、完成後20年が経過している老朽化したアーケードのドーム化を総会決議していたが、一転して街並み景観に合わせた店舗改装とするためにアーケードの撤去を決めた。

商店街の再生として臼杵らしい街並みとの調和を図ることで、個々の店の外装改修を平成12年から平成15年度までに18店舗が着手。平成16年度も5店舗が実施。

また、平成14年10月にアーケードを撤去した。



(リニューアル前)



(リニューアル後)

商店街が取り組む、地域商業魅力アップ総合支援事業（商店の改装、アーケード撤去）商業基盤施設整備事業（街路灯、モニュメントの設置）と平行して中心市街地活性化の観点から、街並み環境整備事業（電線類の地中化、石置の敷設）等のハード面の整備に取り組んだ。具体的には、統一的な外観を整備した。

また、中心市街地としての機能を高めるため、商店街地域周辺に臼杵ケーブルネットワークセンター、臼杵ふれあい情報センター、市民・観光客の交流の場「サーラ・デ・うすき」等の施設を平成13年度から14年度にかけて整備した。

平成15年4月アーケードの撤去及び街路灯、モニメント、石畳等の整備が完成したことにより、商店街リニューアル完成式典を開催。新生商店街としてのスタートと顧客からの愛着を高めるため、商店街の愛称を募集した。約1,000通の応募があった中、「八町大路」に決定した。「八町大路」とは、商店街周辺に八つの町があるが、その中の中核として都大路のように多くの人が行きかう大路であって欲しいという命名者の願いが込められている。

チャレンジショップ

リニューアル事業による商店街のイメージアップとともに、空き店舗の解消やテナントミックス等商店街の機能向上を目指し、商店街に不足する業種・業態店をチャレンジショップ事業により募集した。

リニューアル事業でまちの調和が図られたことにより、以前と比べて観光客等の来街者が増加したこともあり、応募者は独立開業を目指す意欲ある者の他、臼杵の情報発信やまちのコミュニティの場として出店を希望する地元企業の応募があった。募集8店舗に対して11件の応募があり、特産物や土産品を取り扱う「まちや八町」や臼杵の風景画の展示販売とコミュニケーションスペースを提供する「アトリエ^{かぎや}鑪屋」等、7店舗の出店を決定した。

事業の課題

周辺の整備等と調和を取りながら、観光型と近隣型商店街としての融合を図る中での街づくりとしての整備が進んでいるが、観光人口を増やす事に重点を目指すのではなく、対象は地域のお客さまから支持される再生であり消費人口の増加を重点に取り組んでいる。

商店街青年部の連携はよく取れているので、青年部を中心に、地域のお客さまを対象に人が集まり、にぎわいを創るために、今年の4月から毎月第1土曜日に幟(のぼり)市を実施しているが、まだまだ課題は多く商店街に少しでも人通りを多くするために、さらに行動する必要がある。

中央通り商店街

所在地	: 臼杵市
会員数	: 49 商店
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.5ocn.ne.jp/~usukicc/



(いにしえを感じさせるチャレンジショップ)

市民のまちづくり参加のための拠点を設置

商店街等活性化事業の事例

宮崎県延岡市 山下新天街商店街

！ ここがポイント

空き店舗やアーケード等を活用したまちなかでの市民の活動を促進し、地域コミュニティの形成による「夢・心・感動のあるおせったいのまち」づくり。

事業実施の背景

大型店の相次ぐ閉鎖により、まちなかでの消費者の利便性、快適性が失われる中、山下新天街の全蓋アーケードを生かした定期市の開催をはじめ、市民のまちづくりへの参加を促進することで、回遊性、賑わいを創出する必要性が高まってきた。

そのような中、多目的トイレを備えた交流サロンや広場整備にあわせ、交流拠点施設として空き店舗を活用して「イベント工房」や子育て支援施設「キッズホーム」を設置し、学生や市民団体等に無料で貸し出しを進めた結果、新たな市民のまちなかでの活動促進につながった。今後、様々なイベント開催や活動促進などの更なる展開により来街者の増大や賑わい、商店街の活気の創出が期待できる。

事業の概要

定期市「延岡門前市」の開催

平成14年4月から、毎月1日・11日・21日の3回開催、山下新天街の全蓋アーケード内で野菜、海産物、生花、だんご、お菓子をはじめ、商店街のワゴンセールを実施。現在、63店が出店しており、「延岡門前市」開催日の通行量は平日の約1.5倍となり、全体7割が女性客で、56%が高齢者、近隣から9割で、すっかり地域住民に定着している。

空き店舗を活用した市民・学生の活動拠点設置

- ・イベント工房（延岡市TMOが借上げ、無料で貸出）

農業高校、海洋高校の農水産加工品をはじめ新鮮野菜や卵などを販売する「高校生の実習店舗「和」や大学生の店「WAKABA」など、学生のまちなか活動の場として利用促進を図っており、商店街に若い声が響き渡り、まちの活気・活力の源になり、また、話題性があり多くの消費者が来街するようになった。

・キッズホーム

子供一時預かり事業、相談・指導事業、子育てサークル活動支援事業などの子育て関連事業、各種講座（パソコン講座、フラワーアレンジ講座）やイベント開催を組み合わせたコミュニティビジネスモデル事業を実施。これまで商店街利用が少なかった主婦層を中心に利用者が増加している。

・のびっこ広場

保育園主催の「子供祭り」、高校生文化祭、子育てサークルの「フリーマーケット」などの会場として利用が進んでおり、市民の憩い・集いの広場として拠点が高まっている。

コミュニティ空間づくり

全蓋アーケードを活かして大師祭りや50年の歴史を持つ「七夕まつり」、延岡門前市などの市を代表するイベントを開催し、賑わい、回遊性向上につなげている。今後、建替えを機に、アーケードの市民の利用促進を図り、コミュニティ空間づくりを目指すこととしている。

事業の効果

市民活動拠点づくり

全蓋アーケードを活用した七夕まつりや延岡市門前市、高校生文化祭など市民参加イベントが活発化し、活性化の基盤づくりが進んでいる。

コミュニティ空間づくり

高齢者の憩い・交流の場、学生を中心とした実習・活動の場として定着してきており、商業者を含めた地域コミュニティ空間として役割を担っている。

地域のへそづくり

商業者の意識や市民のまちづくり参加意識が高まったことで、当地域が「地域のへそ」として、また、アーケードが「まちのシンボル」としての醸成が図られ、建替えに向けたコンセンサス形成が進んだところである。

事業の課題

商店街との連携強化・体制整備（外部人材活用）

商店街の活性化、市民のまちづくり活動など、まちなかでの活動を一体的に調整・推進し「まちの再生」を図るため、専門の人材を配置する必要がある。また、相乗効果を周辺商店街に波及させるため、商店街間の連携強化も必要である。

空き店舗・空き地利用の促進

商店街の賑わい、回遊性を向上させながら、不足業種の解消を図るため、空き店舗への新規出店を促すとともに、様々なイベント開催や商業施設の建設を促進し、空き地利用を進め、魅力ある商店街づくりが必要である。

アーケード建替えの実現

老朽化の著しい全蓋アーケードは、まちのシンボルであり、「おせったい」を基調に自然光を取り入れた明るいショッピングモールとして、利便性、回遊

性のある商店街に生まれ変わるためアーケード建替を推進する。また、生活者の視点に立った質の高い生活空間形成により、市民から親しまれる中心商店街としての再生が急務となっている。

山下新天街商店街

所在地 : 延岡市

会員数 : 52 商店

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL :

<http://www.nobeoka.info/shotenga/iyamasita/>



(延岡門前市)



(商業高校文化祭)



(のびっこ広場子供祭り)



(キッズホーム)

