

旅館の空き店舗を借り上げてイベント開催

小 山 町 商 工 会

機関名	小山町商工会		
所在地	静岡県駿東郡小山町小山 9 6 - 2		
電話番号	0 5 5 7 - 7 6 - 1 1 0 0		
地域概要	(1)管内人口 2 万 2 千人	(2)管内商店街数 5	商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 1	(2)会員数 4 7	商店
	(3)空き店舗率 1 9 % (平成 12 年調べ)	(4)大型店空き店舗 0	店
商店街の類型	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 3.地域型商店街 4.近隣型商店街		

【事業名と実施年度】

平成 13 年度 空き店舗対策事業
総事業費

カルチャー教室、体験工房、イベント
3 , 5 6 4 千円

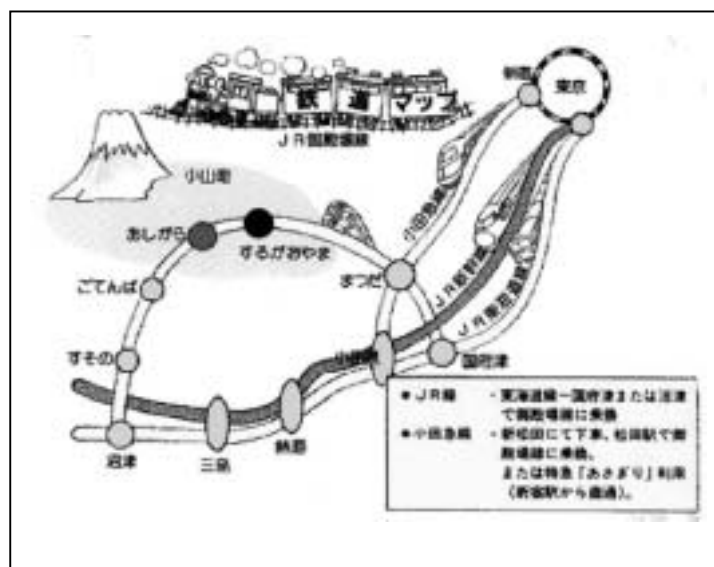
【事業実施内容】

1. 背景

東京から東名高速道路で約 1 時間。御殿場インターチェンジから 15 分ほどの場所に位置するのが静岡県小山町である。町域が富士山頂の一角にも及び、自然は豊か、富士スピードウェイやたくさんのゴルフ場、学校や企業の保養所、リサーチパークなどが散在。知名度は高くないが、首都圏の人々にはなじみのある地域といえる。

産業としては、富士紡績株式会社の企業城下町として発展してきた経緯もあり、同社の規模縮小は、町の繁栄に大きな影を落としている。

小山町の商店街は、小山、北郷、足柄、須走にわかれ、それぞれの地域で発展してきた。特に J R 駿河小山駅前の商店街は、紡績が盛んな時代には御殿場線



小山町の位置

一の賑わいを見せた。しかし、富士紡の衰退とともに賑わいは影をひそめていった。今日では、静岡県東部経済圏の拠点といえる沼津市や隣接する御殿場市の大型店等の影響により、消費者の流出はとまらず、商店街はますます活気を失いつつある。こうした状況の中、同商工会では、平成 10 年度に「元気な商店街づくり支援事業」に取り組み、その調査分析結果の

一つとして流出口の確保等商店街活性化を目的に、空き店舗対策事業に取り組んだ。

事業を行うにあたり、当商店街の課題として次の点が挙げられた。

- (1) 空き店舗の活用が必要であること
- (2) 健康福祉会館（利用者）を活用すること
- (3) 高齢消費者対策（活用）と、住民・消費者が求めるソフト事業をおこなうべきこと
- (4) 商工連合会 OYAMA のがんばりが必要であること

2．事業内容

空き店舗（元旅館）を借り上げ、一部を改装して様々なイベント催しを行った

(1) カルチャー教室の開催

パソコン教室を 2 回実施

平成 13 年 9 月 14 日 「パソコン入門コース」

参加者 15 名

平成 13 年 9 月 19 日 「インターネットコース」

参加者 15 名



パソコン教室の様子

(2) チャレンジギャラリーの実施

地元写真家及び水墨画家の個展を開催

< 山本正行氏写真展 >

・平成 13 年 10 月 6 日～10 月 13 日

・来場者 115 名 町内だけでなく、写真に関係する人、観光客なども立ち寄った

< 石川隆一氏水墨画個展 >

・平成 13 年 10 月 25 日～10 月 28 日

・来場者 136 名 好評だった



チャレンジギャラリー

(3) フェスタ OYAMA 開催

イベント事業に合わせ、空き店舗を中心にスタンプラリーの開催。

・平成 13 年 10 月 21 日

・参加者 340 名。フェスタ OYAMA は今年が 5 回目で定着してきた。



スタンプラリー台紙

(4) 体験工房の実施

そば打ち教室・ケーキ作り教室・水菜漬け教室

< そば打ち教室 >

・平成 13 年 11 月 9 日

・参加者 42 名 10 名募集に 40 名を超える応募。

< ケーキ作り教室 >

- ・平成 13 年 12 月 5 日
- ・参加者 36 名 参加希望者多い

< 水菜漬け体験教室 >

- ・平成 14 年 2 月 20 日
- ・参加者 23 名 地元名産の水菜だけに関心が高かった



【 効 果 】

(1) 来客状況

パソコン教室、体験工房については申し込みが殺到し、調整に苦労した。また、チャレンジギャラリー開催期間中には、多くの人が訪れ、12 日間で延べ 251 名の受付をした。

(2) 売上

空き店舗対策事業を実施したことにより、売上増加に繋がったという調査については行っていない。

(3) 集客効果

アンケート調査結果から、空き店舗対策事業（体験工房、チャレンジギャラリー等）には、町内全域と隣接する御殿場市や神奈川県山北町からも参加があり、集客効果については大きな成果があったといえる。

(4) 事業の認知度

イベント事業を実施するたびに、地方新聞で大きく取り上げられ、各方面からも問い合わせや視察もあり、また、アンケートに回答した人たちからも「引き続き本事業実施してほしい。」との要望が多かった。

(5) 商業者の意識の変化

厳しい経済環境の中で地域中小商店や商店街が、諦めることなく「何かをやってみよう」と挑戦したことに意義があるし、消費者に訴えるものがある。参加した商業者の個展経営や商店街活動に関するモチベーションの向上など、精神面で得るものが大きかったはず。

(6) 「がんばる宣言」

のぼり、フラッグなどによる「にぎやかし」や「がんばる宣言」だけでも、何かをやっていることを訴えることになる。消費者や自治体や訪れる観光客たちに訴える効果がある。



【 課 題 ・ 反 省 点 】

- (1) 後継者が少ないため、事業実施に当たって一部の人たちに負担がかかりすぎた。
- (2) チャレンジショップを募集したが応募がなく、町内だけでなく幅広く募集できればよかった。
- (3) イベント事業に参加した人たちからは「駐車場がない」との苦情が多かった。
- (4) 補助金の決定が遅かったため、実際に事業を実施したのが秋以降となってしまった。

【 教 訓 】

空き店舗対策事業そのものが利益を産む事業でないため、景気が低迷する中での自己負担率3分の1は非常に厳しく、継続が難しい。

【 関 連 U R L 】

小山町商工会 <http://www.wbs.ne.jp/bt/oyama>