

門前町に再び賑わいを戻す拠点：インターネットサロン「もんぜんや」

## 総持寺通り協同組合

機関名	総持寺通り協同組合		
所在地	石川県鳳至郡門前町字門前 1944		
電話番号	0768-42-0618		
地域概要	(1)管内人口 9 千人	(2)管内商店街数 1 商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 1 商店街	(2)会員数 38 商店	
	(3)空店舗率 - %	(4)大型店空き店舗 - 店	
商店街の種類	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 IT交流サロン、イベント  
 総事業費 14,854千円

### 【事業実施内容】

#### 1. 背景

能登半島門前町総持寺通りは、700年の歴史を誇る曹洞宗大本山総持寺の門前において発展した商店を中心とした地区であり、門前町では唯一の商店街らしさが残る場所である。

現在、商店街は高齢化と後継者不在そして、町外の大型ショッピングセンターや町外の郊外型店舗の影響により空洞化が進み、空き店舗や老朽化した廃屋が多く見受けられ、賑わいもなく寂しい限りである。また、総持寺との関係が希薄であり、観光拠点に隣接する立地条件を十分活かしておらず、近隣住民の購買を主とした店舗のまとまりであると言える。

この商店街において地域住民はむろんのこと、他市町村からの来訪者や観光客が集い散策することが出来る、「にぎわいのある、まちの顔」の創出が急を要している。



門前町の位置

#### 2. 事業内容

事業名称：インターネットサロン「もんぜんや」

事業内容：商店街の中心地にある旧門前郵便局の局舎を、インターネットを無料で楽しむことのできるサロンに改修し、ギャラリー部分等を飲食業者にサブテナントすることで、空洞化が進んだ中心商店街ににぎわいの拠点創出を目的として事業を実施した。

事業目的：

新しい顧客の集客を高め、一層の賑わいを創出する：これまでの高齢者中心の顧客からインターネットをきっかけとして、若者や中高年、そして観光客へ新たな顧客開発をすることにより、賑わいを創出していく。

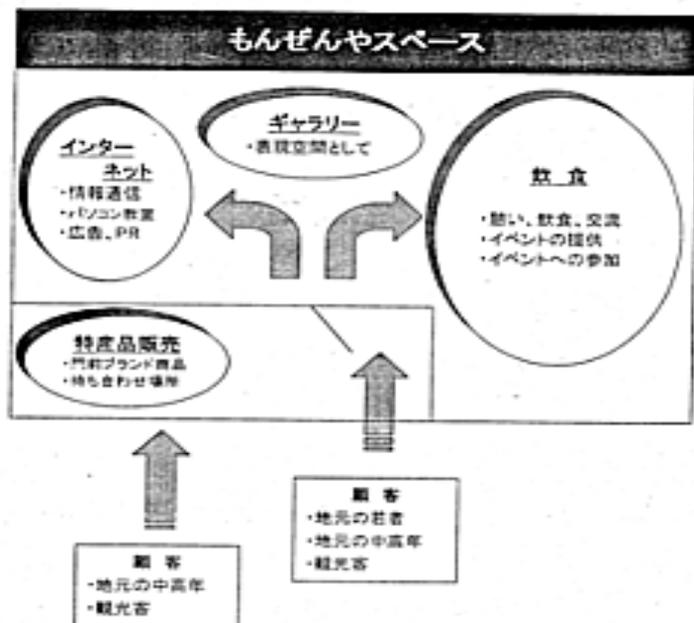
総持寺～商店街の回遊性を高める：インターネットにより、商店街の個店の限定情報や、近隣の観光情報を入手できるようにし、来街者が各ショップを巡ることにより滞留時間の延長を促す仕掛けをつくる。

交流の場としてのサロンの利活用推進を図る：コミュニティスペースとして活用し、様々な人々が交流することにより、新しい情報や感性が生まれる拠点とする。

事業コンセプト：「未来につながる精神文化を基調としたIT交流サロン」

運営方法：インターネット関連の運営は事業主体が行う。ギャラリー部分等の運営は、事業主体（総持寺通り協同組合）としかるべき契約を交わしたものが行なう。

営業時間：午前11時～午後6時（毎週木曜日定休）



《イベントの展開》

(1) オープニングイベント

- ・ 日 時：平成14年2月17日(日)  
11:00～Open(～15:00)
- ・ 会 場：もんぜんや、もんぜんや隣り  
駐車場
- ・ 内 容：インターネット無料体験教室、  
もんぜんや大鍋無料サービス  
記念式典  
パネルディスカッション  
「地域個性とIT活用～商店街の活性化に向けて～」
- ・ パネリスト/ 角 偉三郎(漆芸作家)、  
水野 雅男(地域計画プランナー)
- ・ コーディネーター/ 高峰 博保(プランニング・ディレクター)
- ・ 来店者数：200人

もんぜんやスペース概要図



「もんぜんや」正面

(2) じんのびパソコンふれあい教室

- ・ 日 時：平成 14 年 3 月 3 日(日) 10:00～10 名 13:00～10 名
- ・ 会 場：もんぜんや
- ・ 内 容：初心者向けパソコン教室(無料) ... 子供・母親が中心であった。
- ・ 同時開催：荒木義隆アジア展... 陶芸家荒木義隆氏の作品展示即売。ベトナム、ラオスの工芸品も多数展示。
- ・ 来店者数：150 人



【 効 果 】

新しい客層の来街機会の創出  
 高齢層中心の顧客から、インターネットがきっかけとなり、小中学生、若い主婦、総持寺からの観光客(回遊)といった新しい顧客層への拡大が見られている。

また、待合の場所としても活用がなされ、商店街の滞留時間の延長が促されている。

商店街や個店の販促活動の刷新

インターネットサービスによる商店街・個店の紹介は、これまでにない販売促進の手段として今後とも内容の更新を図りながら、継続していくことが重要である。

空き店舗解消へのさきがけ

近隣市町村には存在しないインターネットサロンの出現は、多くの反響を呼び注目されている。町内でも、空き店舗解消への気運は高まりつつあり、街なみ環境整備と相俟って今後進展していくことは確実である。

【 教 訓 】

地域振興と情報創造について ~もんぜんやの有効活用を考える~

(1) 地域個性の柱

地域振興のために必要なことはたくさんあるが、情報創造を積極的に行うことが重要である。その前提として、情報化するに値するものを創造することが求められる。情報の素材となるものとしては次のようなことが考えられる。

地域住民

地域で活躍する住民が最も重要である。人の魅力で人を惹きつけられることが、地域に人を呼び寄せることになる。そのためには、人材を育成する触発的な場を地域内

に設けることが必要である。地域街から異質な人を招き、交流することを通じて、いい刺激を得られることが望ましい。一方で、地域住民が外に出かけていくことで、地域を相対的に見つめ、外の風に触れることで、センスも磨かれることもある。

#### 企業・店舗

地域の魅力を形成するもう一つの主体は地域の商店や企業である。魅力的な飲食店や宿そして名物といえる商品を有する店があることで、人は尋ねてきてくれるのである。

#### 物語

地域に伝わる物語をベースに新たな物語を創造することも必要である。立派な寺院の伽藍を見せるだけでなく、そこに伝わる物語を、しっかりダイレクトに語り聞かせることで何かを感じ取っていただけることが有効である。

### (2) 情報化の方法

情報化の基本は口コミである。人を通じて伝えられる情報が最も信用力があるし、人を動かす力がある。現代は、インターネットのホームページとEメールを活用すれば、広い範囲に情報を発信することが可能である。同時に印刷物を制作・配布することで、ストック情報として、インターネットに触れることがない人にも情報を伝えることが可能となる。

### (3) キーワード

情報創造を考える際のキーワードは次の3つ。

#### ネットワーク(network)

インターネット等を活用するとともに、直接、もんぜんやなどで、お客様や地域の人々とであることで、ネットワークを広げることが不可欠である。

#### インタラクティブ(interactive)

双方向で情報のやり取りができる関係も重要である。相手から情報や不満、期待を汲み取ることで、適格な商品提供や情報提供が可能となる。

#### ワン・ツー・ワン(one to one)

あらゆる人間関係の基本は一人一人と良いつながりを持つことである。

### (4) 「もんぜんや」の活用方策

#### イベント開催

情報発信力を高め、集客力を高めるためには、短期的な行事であるが、イベントも有効である。いろんなテーマで繰り返し行うことで、常に情報を発信し、話題になり続けることである。

#### 飲食の提供

総持寺通りで不足していることの一つは飲食である。特長のある喫茶や軽食を提供できるようにして欲しい。施設の経営の為にも不可欠である。

#### ホームページの情報更新

情報発信の基本は鮮度が問われる。施設のスタッフが毎日のようにホームページを更新するぐらいの取り組みが必要である。

【 関 連 U R L 】

総持寺通り商店街 <http://www.hokuriku.ne.jp/monzenya/>  
門前町ホームページ <http://www.town.monzen.ishikawa.jp/>