

(株)ウ エ ル カ ム 福 岡

1

2. 事業内容

空き店舗対策事業では、商店街の空き店舗を利用して以下の事業を行った。

(1) 商店街アート事業

商店街で新しい試みを継続的に行うことで、魅力アップを図る観点で多様な試みを行う。

1) 期間：平成 13 年 9 月～平成 13 年 12 月

2) 内容

①雅楽の演奏：平成 13 年 11 月 25 日

雅楽の館を拠点に情報発信を行うため、福岡町で伝統のある雅楽の演奏会を行う。福岡町の雅楽保持団体「洋遊会」の公演を、雅楽の館の向かいにある長安寺で開催。午前 11 時と午後 2 時の 2 回の公演で 700 人ほどの観客が集まった。



雅楽の館とその前に設置されたぼんぼり

②福岡寄席の開催：平成 13 年 10 月 20 日

雅楽の館の多面的な活用として、町民を対象とした地元富山県出身の 4 人の落語家が競演する福岡寄席を雅楽の館で開催。

③写真コンテスト：平成 13 年 11 月 15 日～12 月 16 日

福岡町の伝統ある祭りのつくりもんまつりを素材に写真コンテストを実施し、応募作品を商店街に展示し、お客様に好評を博した。

・作品出展総数：130 点

・応募人数：44 人

④ぼんぼりの設置：平成 13 年 9 月 16 日～12 月 10 日

中心市街地商店街に歴史と文化を感じさせるぼんぼりを設置して、雰囲気を出し、親しみやすく明るく活気のあるイメージを醸し出した。

(2) 商店街情報発信事業

商店街への来客を促進するために、積極的に情報発信を行なった。継続的な情報発信を独自に行なえるようにインターネットのホームページ制作をメインにしたパソコン研修も行なった。

1) パソコン研修会

パソコンの基本的な機能を学び、ホームページ制作ができるようになることを目標に研修会を実施。

第 1 回目 平成 14 年 1 月 21 日～1 月 25 日

第 2 回目 平成 14 年 2 月 4 日～2 月 8 日

各 10 名 合計 20 名参加

2) 商店街のホームページの作成

生活者は確実にインターネットで情報を集めるようになっている。そのような時代状況に対応するためには、商店街の情報をホームページ化し、情報発信をする必要がある。

今回制作したホームページをベースに、それを有効に機能させるためには、次のような取り組みが必要であると考えた。

- ①情報の更新を頻繁に行うこと。
- ②商店独自のホームページも立ち上げること。
- ③店主自らがホームページを制作できるようになること。
- ④地域の生活者のインターネット利用者を増やすこと。
- ⑤双方向の関係を構築すること。
- ⑥直接出会うことも大切である。

3) 商店街のイラストマップの作成

商店街の特長をわかりやすく紹介したマップを作成し、地域の生活者に配布する。各商店の店頭や駅、役場等でも配布し、インターネットのホームページなどと相乗効果が発揮できるようにする。

次の展開としては、個店のこだわりや名物メニューや特徴的な商品を紹介した「こだわり事典」のような冊子の制作が考えられる。

【 効 果 】

(1) 商店街アート事業

1) 雅楽の演奏会

福岡町を代表する芸能ともいえる雅楽の演奏は最も人が集められる素材である。

雅楽の館の向かいの寺院で行うことで中心市街地に人が溢れる状況を作ることができた。2回の公演で700人ほどの観客が集まり雅楽の演奏を楽しんだ。

2) 福岡寄席の開催

雅楽の館で寄席を開催することで、地域の多くの人々が雅楽の館および中心市街地に訪れた。雅楽の館およびその周辺で展開している空き店舗活用事業のお店などを見たことにより、継続的な利用のきっかけができた。

3) つくりもんまつり写真コンテスト

つくりもんまつりの違う活かし方として写真コンテストは面白い方法であった。被写体としてのつくりもんを考えることにより、新しい魅力の発見にもつながる。応募作品を商店街に展示することで来街者を増やすことが出来た。

4) ぼんぼりの設置

ぼんぼりは明るい商店街の雰囲気演出する機能を果たしてくれた。まちの雰囲気は色と光で形成することが可能であり、ぼんぼりは魅力的な素材である。

(2) 商店街情報発信事業

1) パソコン研修会

テーマをホームページ作成に絞り、5日間も継続して行うことで、自分でホームペー

ジを作ることができるようになり、自らページをアップロードできるところまで行なったので、管理も自ら行うことができるようになった。

2) 商店街のホームページ作成

一度に多くの商店の情報をネット上に登場させることができた。とにかく、検索で多くの店が紹介できるようになったことで、福岡町には元気のいい、意欲的な商店がたくさんあることを情報発信できた。

3) 商店街イラストマップの作成

街中を散策していただく際のガイドとして役立つツールができた。雅楽の館、ミュゼふくおかカメラ館、観光物産館、周辺の観光施設等でイラストマップ配布することで、観光客の来街を促進できる。

【課題・反省点】

《各事業の効果》

(1) 総合的な観光振興策の立案と実施

福岡町の中心市街地の商店街が今後も事業を継続発展させていくためには、事業展望を常に描き続ける必要がある。方向は大きく分けて二つある。

① 地域の生活者向けにきめの細かい生活サービス事業の展開

地域の商店が連携しながら、高齢者をメインターゲットに多様なメニューを用意して、生活をサポートするような事業を行うことである。

御用聞きから宅配、さらには庭いじりや清掃、理容・美容の訪問サービス、病院や商店への送迎など、ニーズに応じて新しいメニュー開発が必要である。

そのためには、コアになる事業体がコーディネート力を高め、顧客とのコミュニケーションを密にすることが不可欠である。

② 観光開発

可能性のあるところは、観光拠点としていくことも一つの方角である。物見遊山的な観光から体験交流型へ大きくスタイルも変化している。団体旅行が減少し、少人数での旅が確実に増えている。そのようなニーズに応えられるメニュー開発を進めるべきである。

《各事業の課題》

(1) 商店街アート事業

1) 雅楽の演奏

中心市街地にある寺院は人を集める事業のステージとして格好の場である。朝市や伝統的な芸能などを楽しめるようにすべきである。今後も、雅楽の演奏会は定期的に行ないたい。

2) 福岡寄席の開催

雅楽の館の中で小規模でもいいから継続的に寄席を行うような仕組みが作れないか、月例で行うことで、リピーターを増やし、結果として中心市街地でのお買物や飲食を増やすことを期待できるようにすべきである。

3) つくりもんまつり写真コンテスト

優秀な作品を活用して、写真集を作るなど、福岡町らしい展開も考えるべきである。雅楽の館やカメラミュージアムの販売商品として位置づけることもできる。印刷物は情報土産として価値が高い。



4) ぼんぼりの設置

つくりもんまつり平成 13 年度優勝作品

ぼんぼりは毎年、設置できるとよい。もちろん、それとは別に商店街および商店を演出するものを制作し、活用することも検討されるべきである。能登の門前町では商店に統一したのれんを出したりしているし、八尾町のように和紙でタペストリーを作り、商売の内容を表現した毛筆の一字を色紙に書き、真ん中にかかっている例も参考になる。

(2) 商店街情報発信事業

1) パソコン研修

研修で学んだことを活かすためには、継続的にホームページを作り続けることが大切である。自分のところのホームページを頻繁に更新してほしいものである。

今回参加された人たちへのフォローアップ研修を行うことと、それ以外の人たちを対象にした研修会も実施すべきである。

2) 商店街のホームページ作成

商店街のホームページはポータルサイトとしての役割は果たせるが、より詳しい情報は個別の企業や店が独自にホームページを立ち上げるしかない。もちろん、今回制作したホームページも定期的に見直しを行い、情報更新を頻繁に行うべきである。

3) 商店街イラストマップの作成

マップの有効活用と浸透を図るためには、このマップに紹介されている拠点施設等を見て回る、街歩きイベントを行うべきである。

商工会等のホームページにマップそのものを紹介するとともに、マップに掲載されている情報を盛り込み、PDF ファイルでダウンロードできるようにする。事前にマップを見たうえで、遊びに来られるようにする。

(3) 商店街での今後の活動提案

商店街をより魅力あるものにするために、今後も継続的に新しい取り組みが必要である。そのような新たな知を生み出す場を時々設け、地域の人々に触発的な刺激を与えることがまちづくり会社に期待されている。異質な人々が一同に会すること、そして、現場を見、

当事者の話をうかがい、何かを感じる。個々に感じたことを表現し合うことで、新たな知識は触発的に生まれてくる。そのような活動を継続的にしてほしいものである。その典型がまち歩きの活動である。今後の活動として、次のような活動が考えられる。

1) まち歩きイベントの継続的開催

まちの魅力はいろんな視点でまちを見つめ直す中から発見できる。「福岡探検隊」のようなイベントを行うことで、まちの可能性を探ることも面白いのではないか。5～6人を1グループにして、そこに外部ゲストと地元のガイドを一人ずつ加え、まちを見て回る。後半はその成果をまとめ、グループごとに発表する。

四季折々に行うことで、年間を通じての評価を継続することが可能になる。このような活動は継続的に行うことで気付きは深まる。何度か行なった成果は、簡単なマップや冊子のまとめ、町内の世帯に配布するとともに、ひとつの情報みやげとして発表してもよい。

2) すべての商店が参加する事業の企画開催

すべての商店が参加できる事業を企画し、新しいことに挑戦せざるを得ない状況を作る。今後の商売を考える契機を設定する意義は高い。

3) 一店2業種化もしくは一店一品運動

一の店が二つの商売をしていてもよい。親とは異なることを息子や娘が始めるようなことで店を活性化させる試みも見られる。情報発信のためには、一つのこだわりの商品をクローズアップさせる活動もよい。

4) 情報土産の制作

商店街やまちづくり会社の活動として、みやげになる商品開発を進めたい。

特に、地域の民俗文化や芸能などのパッケージ化した情報土産をつくるべきである。例えば、雅楽のビデオ、CD、CD-ROM、冊子などである。

【 関 連 U R L 】

福岡町商店街のホームページ

<http://www.fk-koi.net/~welcom/>