

## 空き店舗に市民ギャラリー、交流サロンを設置

### 黒部商工会議所

機関名	黒部商工会議所			
所在地	富山県黒部市植木23-1			
電話番号	0765-52-0242			
地域概要	(1)管内人口	3万7千人	(2)管内商店街数	10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	376商店
	(3)空き店舗率	10%	(4)大型店空き店舗数	0店
商店街の類型	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 <u>3.地域型商店街</u> 4.近隣型商店街			

#### 【事業名と実施年度】

平成14年度 活性化対策事業

- ・空き店舗を活用した市民ギャラリーや交流サロンの設置、イベントの実施

総事業費

- ・商店街マップの作成、かわらばんの発行
- 12,776千円

#### 【事業実施内容】

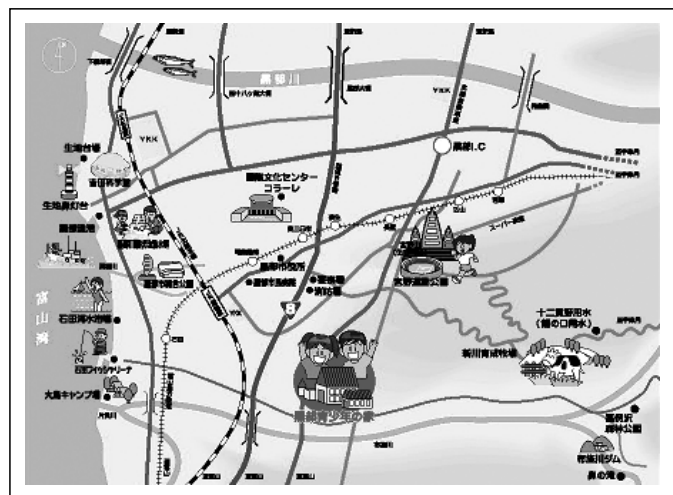
##### 1. 背景

黒部市は富山県北東部、県都富山市から約30kmの距離に位置し、西は富山湾に臨み、東は宇奈月町に、北は黒部川を境にして入善町、また南は布施川を隔てて魚津市に接している。

同市は、昭和57年に地元主導で共同店舗メルシー（店舗面積5,750㎡）の開発を中核として、魚津市商圏との競合の中で、宇奈月町、入善町を後背地として固有の商圏を形成してきた。しかし、大店法の規制緩和等を背景に、入善町では「コスモ21」、朝日町「アスカ」、魚津市では「アップルヒル」「アピタ」などが

出店し、これらに対する対応が個店はもちろんのこと、地域一体としての課題として強まってきた。さらに国道8号線沿いに黒部サティが進出。中心商店街である三日市地区からは、約1kmの距離を置く立地環境となった。大型店の出店は、黒部市商業の新たな対応を迫るものであり、急激な環境変化に対応し、個々の店舗の変革、商業集積としての活動強化が求められている。

黒部市の中心商業地区は三日市地区にまとまっている。富山地方鉄道に並行して約1,700mの



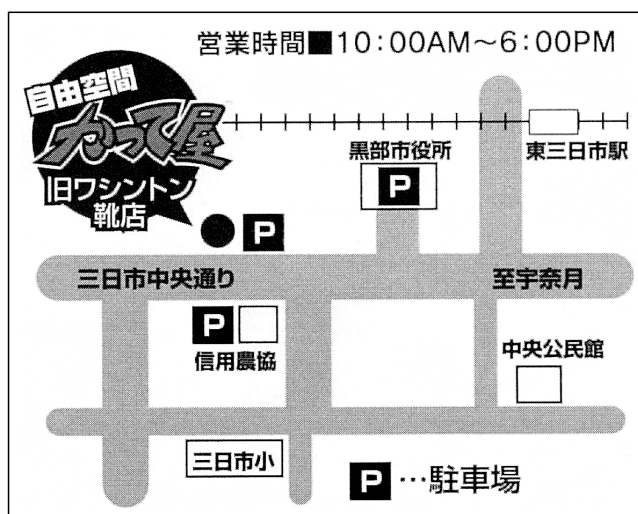
黒部市内の地図

## 黒部商工会議所

範囲にわたる商店街はJR黒部駅から国道8号線にいたる街道型商業集積であり、9つの商店会組織で形成されている。しかし、商店街としてのまとまりを見るのは三島町、寺町、大町と連続する500mの範囲であり、黒部市の都市施設の配置、大型店の出店動向はこれら商業軸とは距離を置き、外周への広がりを見せている。

黒部市商業の拠点性を担う三日市地区は9の商店街組織があるものの、独自の活動は困難な組織もあるのが現状で、地域ぐるみの活動により商店街の活動をカバーするなど地区共通の課題への取り組みが必要である。

商店街活動の見直しを図り、商店街ぐるみで環境の厳しさを乗り切るためには商店街の組織体制の確立と活動強化が必要となってくることから、商店街振興の課題を検討整理し、将来の商店街のあり方を探るなどこの事業をとおして商店街の自立、自助精神の醸成を図ることを目指した。



「かつて屋」の位置

## 2. 事業内容

### (1) ギャラリー「かつて屋」の設置

- ・規模：168㎡（旧ワシントン靴店を改装）
- ・「かつて屋」の名称は、「勝手に使って、買ってもらい、かつてない店に」との意味を込めた。

空き店舗を利用し、保育所・幼稚園児・小・中・高校生の作品展示、あるいは各種団体・サークル活動の場、及び成果発表の場など市民ギャラリーとして幅広く利用してもらい、商店街に「人を集める」ことで賑わいの創出を図った。



「ギャラリーかつて屋」の外観



水墨画・絵ハガキ作品展



やきものとガラス展



地元のバンドによるコンサート

(2) 交流サロンの設置

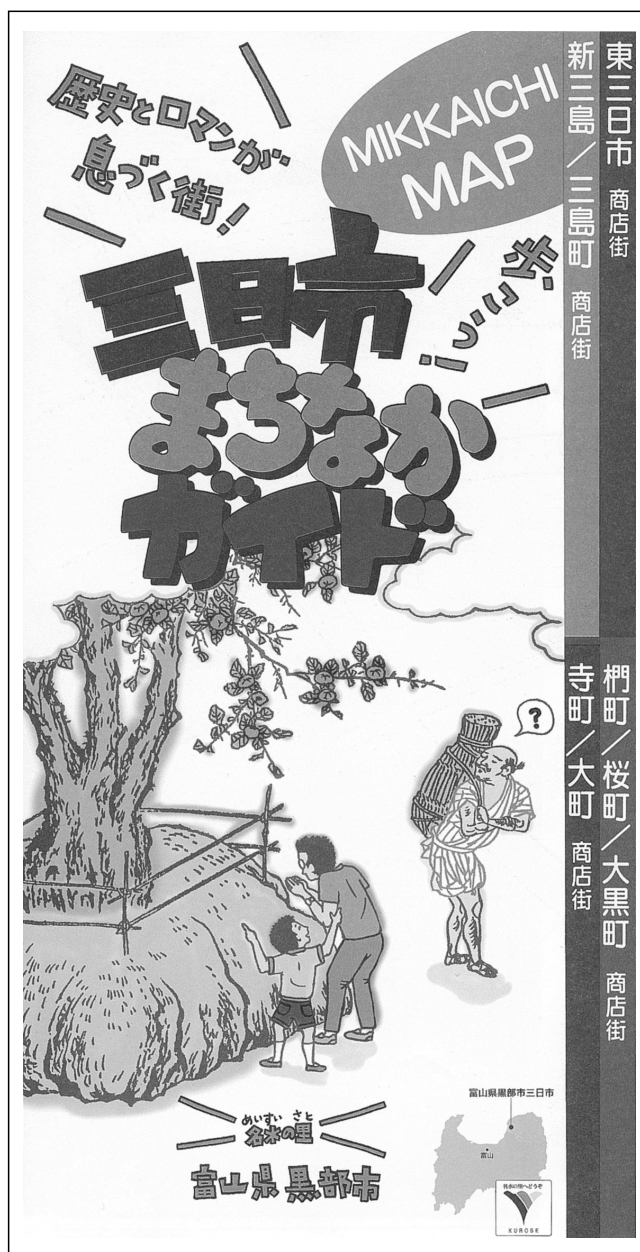
商店街への来街者が気軽にくつろぎ、年代を問わずふれあいが可能な交流スペースを開放することにより、商店街での長期滞在への安心感をあたえることを目的に交流サロンを開放した。また、その場で商店街の情報が入手できるよう情報提供コーナーを設けるなど、週末には趣味の交流サロンとして音楽鑑賞会を開催。市民の憩いの場としては有効に活用できたものと思われる。

特に商店街の中には休息箇所（ベンチ等、共同トイレ）が設置されていないのが現状であり、施設の設置については各商店会に呼びかけていかななくてはならないことでもある。

(3) 商店街マップの作成

過去に商店街を網羅した総合パンフレットは作成されておらず、市内外より来街者への案内手段はなかった。

マップをとおして、いかに商店街を回遊させ長期滞在的な来街者を多く作れるかを目的に内容を検討し、パンフレットの設置については観光客が立ち寄る店舗を中心に配布した。



商店街マップ

## 黒部商工会議所

### (4) 商店街ホームページの作成

商店街マップを基本にインターネットを利用して全国へ情報発信した。また、市内空き店舗情報を発信し市内外より直接賃貸に関する問い合わせができるような仕組みを取り入れた。これによって幅広くPRが可能となり、空き店舗の利用者が増え商店街の活気を戻すことを目的とした。

### (5) 「かって屋」かわら版の発行

「かって屋」オリジナル機関誌の発行。「かって屋」における情報を広く市民に発信し、事業を理解してもらうことを目的にPRをした。現在、ようやく名前も認知されてきた感があり、今後も継続的なPR等がいかに必要であるかが理解できた。しかし、経費面等から考えると情報の手段として費用がかさむ機関誌が良いのかどうかについては今後さらに検討することも必要である。

### (6) ラジオスポット「かってに三日市商店街」

「がんばる商店街」と題して各週の火曜日、水曜日、木曜日の12:10より10分番組を組み各商店街を媒体を利用し広くPRした。

## 【効 果】

- (1) 空き店舗や廃業に悩む商店街が多い中で、知恵を絞り、頑張り抜く商店街作りを目標とし、何か1つでも報いることが意味のある行為と現状改革をあきらめずイベントをしかけたことで、商店街をにぎやかにした。
- (2) 実験的事業として設置したギャラリー「かって屋」は、一般市民にとっては日頃の趣味の成果を発表する絶好の場として、また商店街にとってはイベント空間として有効に活用され、空き店舗の活用方法に対する一つの意識づけができたことは大きな成果であった。

## 【課題・反省点】

「かって屋」は事業主で構成している実行委員会及び、汗をかく実行部隊として若手後継者を中心とした運営委員会で組織した。また、一部の商店街のみが特出されるのを懸念し、できるだけ各商店街より委員を選出させ、空き店舗対策事業を街全体で取り組むこととした。

狙いは、実行委員会あるいは運営委員会での決定事項は委員が各商店街へ持ち帰り事業の内容をそれぞれに理解してもらうことであり、PR等すべてに情報がゆきわたるものと考えていた。しかし商店街の組織や活動もまちまちであり考えていたほどに理解はされていない現状であったために、イベントを仕掛け商店街に集客をかけても商店街として個店としての参加が得られなかったのも事実であり大きな反省点である。

### (1) 継続事業の必要性

実験的事業は単年度事業であるために、継続性のある事業になりにくい。つい小手先で対応しがちになり、長期的にコンセプトを持って取り組む余裕が生まれにくく、空き店舗に戻ってしまう可能性が高い。消費者に定着してもらうためにも、本来複数年で継続して取り組む必要がある。

(2) 空き店舗情報の必要性

空き店舗は多くあるが、それを活用したくてもなかなか利用しにくい。家主が地元になかったり、所在がはっきりしない、連絡先がわからないといったケースが多く、空き店舗に入居したい人の需要に応えるためにもこれらの情報を常に把握し発信する仕組みが必要である。

(3) 商店街との連携

商店街との連携が密に取れず、商工会議所の単独事業であるように思われ、事業実施に合わせた商店街の活性化のための商業者独自の取り組みが見られなかった。また、一部の商業者には事業に対する正しい理解すら得られなかった。

【教 訓】

本事業に取り組むにあたり、活動目標の設定が課題である。しかし、各商店街、その中の商業者間の問題意識の格差も大きく、商店街活動における方向性のコンセンサスがなかなかとれず新しい活動に取り組みにくいのが現状である。

いかに商業者に対し現状に対する危機感を共有化させるか、そのためには一体感のある商店街の目指す方向性について商業者間で話し合える場をできるだけ多く持ち、点から面への広がりを図ることが必要である。

今後は、本事業を継続することによって、商店街の重要な役割を果たしている「生活の場」として地域住民から親しまれるよう努力していく必要がある。

商店街全体が停滞、衰退感を抱いている現在、中心商店街の活性化を柱とした街づくりを継続していくことが必要である。

【関 連 U R L】

黒部商工会議所 <http://www.ccis-toyama.or.jp/kurobe/>



かって屋アウトレットを伝える新聞記事  
(平成14年5月19日北日本新聞より)