

中心市街地活性化のために複合的に多様な事業に取り組む

深 谷 商 工 会 議 所

機関名	深谷商工会議所			
所在地	埼玉県深谷市仲町20-1（深谷市産業会館内）			
電話番号	048-571-2145			
地域概要	(1)管内人口	10万4千人	(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	5商店街	(2)会員数	312商店
	(3)空店舗率	13%	(4)大型店空き店舗数	0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14年度	空き店舗対策事業	・ミニシアター ・ヤングプラザ（高校生の実践店舗） ・活性化合同サロン（来街者の交流サロン）等
	活性化対策事業	・朝市 ・情報発信（HPによる商店街ページの作成） ・ウォークラリーの実施 等
	総事業費	14,745千円

【事業実施内容】

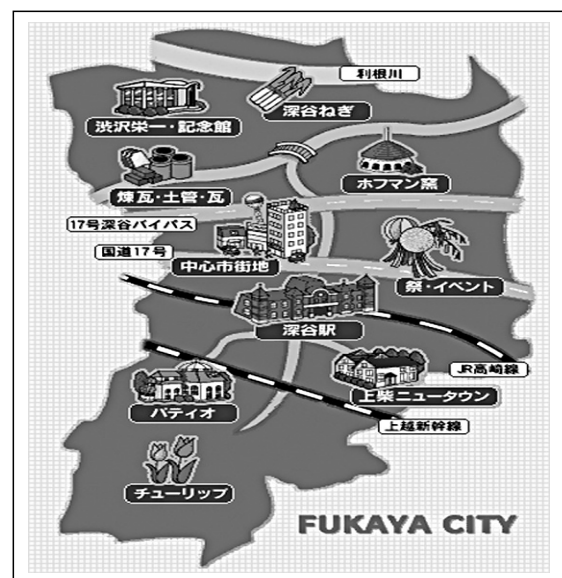
1. 背景

深谷市中心市街地における商業環境は駅前地域区画整理事業を除き、戦前、戦後を通じて特に大規模な街づくり事業が行なわれないうまま現在に至り、結果として商店街の様相は進行途中の中心市街地区画整理事業との関連もあって、近代化への取り組みに遅れが生じている。

また、郊外型量販店の影響等もあり、既存の商店街では商店数の減少や販売高の減少に併せ、後継者対策にも苦慮しており、小売業を取り巻く環境は一段と厳しい状況にある。

このような厳しい商業環境のなか、深谷市の顔となるべき中心市街地に再び活気を取り戻すためには、消費者に愛される多くの施策に取り組む必要があり、TMOである深谷商工会議所では、平成14年度事業として中心商業地域活性化のため、

空き店舗対策事業と活性化対策事業に取り組むこととなった。



深谷市内マップ

深谷商工会議所

2. 事業内容

(1) 空き店舗対策事業

1) ミニシアター

ミニシアターを設置し、特徴ある良質な映画を上映した。

①事業内容

- ・TMOがさくら銀行跡を賃借し、ミニシアター「チネ・フェリーチェ」（イタリア語で幸せな映画）を設置した。
- ・TMOは、NPO法人市民シアター・エフの協力によって運営した。
- ・近隣に立地するシネマ・コンプレックスとの競合を避ける意味からも、上映作品のコンセプトをレトロ系やミニシアター系映画を中心に上映した。
- ・1日4回を基本とし、1ヶ月20日～25日程度上映した。

②施設構成

- ・ミニシアター（50席）、映写室、備品庫、物置、トイレ

③事業実績

- ・平成14年7月27日オープンより7ヶ月で13作品（164日間）を上映。
- ・平成15年2月末日現在の来場者総数は5,272人、そのうち会員は2,850人に達した。



ミニシアター「チネ・フェリーチェ」正面（左）と内部（右）

2) ヤングプラザ

高校生による実践店舗「FUKASHOP彩商館」の運営を通じて、将来の深谷の中心となる若者たちの街に対する関心を向上させるとともに、若者たちのポテンシャルを引き出し、若い発想を生かしたユニークな集客装置、活動を実施した。

①事業内容

- ・TMOがさくら銀行跡を賃借し、実験店舗を設置した。
- ・TMOは埼玉県立深谷商業高等学校の協力によって運営した。
- ・地場の農産物の仕入れ・販売、近隣農業高校産の農作物を販売した。
- ・店舗の管理は高校生自身により行ったが、授業中にはパートにより対応した。
- ・月間20日間程度営業を行った。

②事業実績

- ・1ヶ月あたり800人程度の集客。

- ・深谷商業高校のOBや父兄自身の来店のほか、PRにもご協力いただき、その効果による来店者も多数見受けられた。

3) ギャラリー

作品発表の場を中心市街地に求める市民の声に応えるため、総合百貨サントク跡を活用して市民ギャラリーとして開設した。

①事業内容

- ・市民個人による個展を実施するほか、文化団体等とのネットワークを確立して定期的な展示を実施した。特に、市内の公共施設等を中心に活動している文化団体等に対しては、積極的に参加要請を行い、中心市街地活性化及びTMOの主旨の理解を求め、協力体制を構築した。

②施設構成

「中山道ギャラリー」(活性化合同サロンと併設)

③事業実績

開催日	展示内容
7月27日～10月1日	市内保育園の作品(市内18園)
10月2日～11月5日	絵手紙(ほほえみ会)
11月7日～11月29日	押花ファンタジー
12月2日～12月13日	絵手紙(特別養護老人ホーム深緑園)
12月17日～2月28日	街かどスケッチ

※来場者数については、2月末日現在で出展者等の調査によると約1,750人

4) 活性化合同サロン

総合百貨サントク跡を活用し、活性化合同サロン「一休」を設置し、中心市街地の動きを幅広い市民層にPRすると同時に、活性化事業への積極的な参加を促すための起爆剤とした。

①事業内容

- ・市民、商業者等に対し、TMOを含む中心市街地の街づくりに関してPRするとともに、市民・商業者相互の交流や活性化に係る会議等の開催した。

②施設構成

- ・市民が交流するサロン及び会議スペース、事務室及び流し台(ギャラリーと併設)

③事業実績

- ・TMO各種会議(共同店舗計画策定委員会)
- ・商店街連合会各種会議(常任理事会・委員会)
- ・歳末売り出し抽選会場
- ・仲町勉強会商店街振興組合活性化会議
- ・NPO各種会議・活動発表
- ・各種イベント会場(にぎわいウォーク・蔵元ツアー・おもちゃ作り講習会)

(2) 活性化対策事業

1) 朝市

市民の日常生活における楽しみの機会を提供し、中心市街地でのにぎわいの創出を行った。

①事業内容

- ・毎月最終日曜日の午前7時から8時30分の間、駅前に立地するキンカ堂駐車場を借用し、中心市街地商業者が中心となり、「深谷にぎわい朝市」を実施した。
- ・深谷商店街連合会が全面協力し、また、朝市に欠かせない地元農産物生産者にも協力を得て実施した。



朝市のチラシ

②事業実績

開催期日	出店数	人出
第1回 7月28日	26店舗	1,500名
第2回 8月25日	21店舗	1,100名
第3回 9月29日	26店舗	1,600名
第4回 10月27日	25店舗	1,000名
第5回 11月24日	26店舗	800名
第6回 12月29日	25店舗	1,200名
第7回 1月26日	24店舗	1,500名
第8回 2月23日	26店舗	1,000名
平成15年2月末日までの来場者総数		9,700名

2) ウォークラリー

深谷市中心市街地の魅力再発見を基本コンセプトに、中心市街地において、ウォーキングイベント「深谷にぎわいウォーク」を行った。

①事業内容

- ・中心市街地の各商店の協力により、店頭にクイズを掲示し、参加者にそのクイズを解きながら街なかを散策した。



ウォークラリー

②事業実績

開催期日	参加者数
第1回 10月13日	126名
第2回 12月1日	67名
参加者総数	193名

3) 情報発信

TMOをはじめ中心市街地の商店街や商店の活動など、深谷の中心市街地活性化に係る多彩な情報を「深谷TMOホームページ」を開設し、深谷市民はもとより、グローバルに発信することとした。

- ・ イベント情報（朝市、ウォークラリー、シンポジウム等）
- ・ 空き店舗対策事業（ミニシアター、彩商館、ギャラリー、活性化合同サロン）
- ・ 深谷でお買い物（商店リンク集、商店街マップ等）
- ・ 深谷TMOについて（組織、事業概要等）

【効果】

(1) 中心市街地の集客に貢献

今まで中心市街地商店街に訪れなかった来街者を見かけるようになった。近隣の飲食店等は売上増になった、とのことである。事業の認知度については、新聞記事等にマスコミに取り上げられ、県外からの来街者も見られるようになった。

特に、ミニシアターは深谷市で30年ぶりの映画館の復活となった。埼玉県内で初のミニシアター系劇場の誕生となったため、新聞、テレビ、ラジオ等の積極的な取材により、中心市街地のPRに大きく貢献し、他地域からの来場者も多く、中心市街地の集客につながった。そのほかの事業も、中心市街地になじみのない人々へのPRにつながった。

(2) 新たな展開の起爆剤

中心市街地活性化のために、14年度事業を受け平成15年度も引き続き、空き店舗対策事業を継続実施するとともに、活性化対策事業についても事業内容を見直しさらに充実することとしている。

【課題・反省点】

TMOは、人的体制や事業費が非常に厳しい状況にあるため、TMOで集客装置を準備し、運営をNPOや商店街や各種団体に任せるかたちで事業を実施してきた。この事業を周知させ定着するまでには、相当の苦労があった。

(1) 空き店舗対策事業

①ミニシアター

- ・ 来場者数の更なる増加を図るために、PR活動を今後も継続的に実施していく他、地元商店街や関係機関との連携を強化していく必要がある。

②ヤングプラザ

- ・地域の不足業種である青果店を継続していくためには、地元住民の固定客化が不可欠であり、今後、地元に着した事業展開をしていく必要がある。

③ギャラリー

- ・魅力あるギャラリーとして定着させるためにTMOは展示スケジュール等の調整が今後重要である。
- ・今年度は出展者等のボランティアにより運営を行ってきたが、今後の管理及び運営については専従も含め検討が必要である。

④活性化合同サロン

- ・商業関係の各種団体を中心に活用されているが、より一層の活用を促すため、引き続き広くPRしていく必要がある。また、中心市街地への来街者が気軽に立ち寄れる雰囲気づくりが重要である。
- ・施設の活用が活発になることにより、ギャラリーと同様に専従体制を含め検討が必要である。

(2) 活性化対策事業

①朝市

- ・朝市の来場者を市街地の個展の常連客とするために、その手法等について商店主とともに検討する必要がある。

②ウォークラリー

- ・中心市街地における魅力あるイベントとして定着させるため、その内容や手法について、今後、検討を重ねていく必要がある。
- ・広域からの集客を図るため、PR方法についても検討が必要である。
- ・事業を継続的に実施していくためには、地元商店街をはじめとした関係機関の協力が不可欠である。また、実施体制や費用負担等についても検討が必要である。

③情報発信

- ・ホームページの更新、維持管理体制を確立する必要がある。
- ・魅力あるサイトにするため、事業者はもとより、関係機関とも継続して内容を検討する必要がある。

【教 訓】

(1) 事業を継続的に展開するには相当額の事業費が必要であるが、初年度は国、県等にて、補助対象となるが、継続事業の補助金が少ないので、地元の行政（市）予算化ができないと継続が難しい。

(2) 地元の行政（市）やNPO等と一体的に事業を進めることが必要である。

【関 連 U R L】