

中心4商店街合同のインフォメーションセンターを設置し、
まちの情報や交流機能など来街者にワンストップサービスを提供

松山大街道商店街振興組合

機関名	松山大街道商店街振興組合〔大街道中央商店街振興組合、松山銀天街第一商店街振興組合、松山銀天街商店街振興組合〕		
所在地	愛媛県松山市大街道2丁目1番地11		
電話番号	089-931-7473		
地域概要	(1)管内人口 476千人	(2)管内商店街数 29商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 4商店街	(2)会員数 367商店	
	(3)空店舗率 2.8%	(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 3. 地域型商店街 4. 近隣型商店街		

【事業名と実施年度】

平成15年度 コミュニティ施設活用商店街活性化事業（高齢者等交流施設）

- ・商店街インフォメーションセンターの設置運営

総事業費

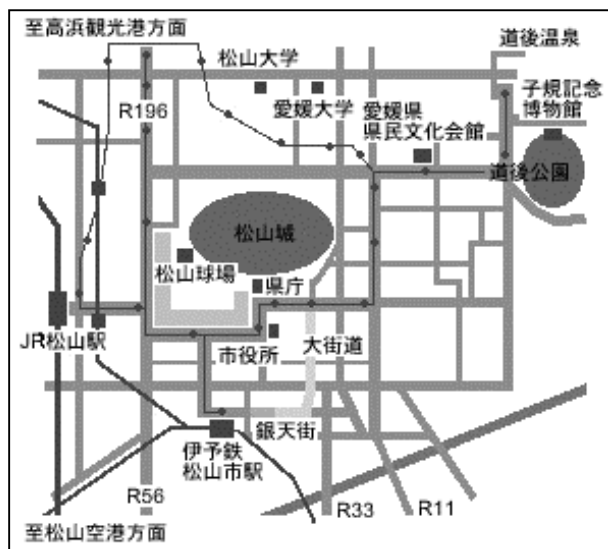
6,900千円

【事業実施内容】

1. 背景

松山市は愛媛県の中心部に位置し、政治・経済の中心都市としてまた中四国の中心都市として発展し、平成12年4月には中核市に移行している。

中心市街地の商業は、大街道（松山大街道商店街振興組合、大街道中央商店街振興組合）、銀天街（松山銀天街第一商店街振興組合、松山銀天街商店街振興組合）の4つの振興組合が全蓋式アーケードで連なり中心商店街を構成している。全長約1kmにおよぶL字型の両端には、いよてつ高島屋（銀天街側）と三越（大街道側）が立地し、集客の核とともに中心市街地の回遊性を演出している。これまで各商店街は、競争と協調を繰り返しつつ中心市街地を維持してきた。しかし、近年中心商店街を取り巻く経済環境は厳しさを増しており、特に郊外大型ショッピングセンターの攻勢に加え、百貨店の増床等、その影響は極めて大きいものとなっている。また、中心商店街の老舗商店の転廃業や空き店舗の発生、共同店舗内



松山市中心商店街位置図
(松山銀天街HPより)

における空きスペースが目立ってきている。これらの要因は、中心商店街の空洞化を招くばかりでなく、ひいては中心市街地全体の空洞化につながり、まちとしての顔が失われる危機的状況にある。そのため、中心商店街として一体的、かつ効果的な活性化策が緊急的に必要となっている。

これまで、大街道と銀天街は松山中央商店街連合会を組織しているが、さらに4つの商店街振興組合を一つの事業組織体と捉え、中心商店街として活性化策を一体的に運営・実施するための組織「商店街マネジメント事業推進委員会」を設置し、平成14年度、15年度と商店街マネジメント対策事業を実施してきた。平成15年度は、そのマネジメント対策事業の一環として、「まちのインフォメーション」機能の充実を目的に、空き店舗を活用して以下の事業を行うこととした。

2. 事業内容

消費者交流会等を通じた来街者の声は、休憩ができる場所、交流ができる場所、買物情報や店舗情報が得られる場所等の設置要望が多かった。これまで、一つの商店街においてインフォメーションセンターを実験事業として設置したことはあったが、4商店街が合同したものは未設置であった。しかし、消費者の多くは各商店街を一つの商店街として認識しており、商店街ごとのインフォメーション機能では不十分であることから、空き店舗の活用により中心商店街の総合的なインフォメーションセンターを設置し、機能の充実と利用拡大を図ることとした。

(1) 目的

来街者のための休憩や交流及び商店街の情報発信のためのインフォメーションセンターの設置運営。

また、大型共同店舗の空きスペースの活用により活性化の相乗効果を図る。

(2) 施設名称 ほっとステーション おいでんか

(3) 所在地 松山市湊町3丁目7-11 (GET斜め前)

(4) 実施期間 平成15年8月21日～平成16年3月31日
(施設開設10月11日)

(5) 運営体制 午前10時～午後6時 スタッフ1~2名常駐

(6) 機能

- ①来街者の交流、憩いの場の提供。
- ②ショッピングカート等ショップモビリティの貸出し。
- ③商店街や商店、商品及び市内観光施設等の情報提供。



事業案内パンフレット



おいでんか外観

- ④ 掲示板、ミニギャラリー等の設置。
- ⑤ 公衆トイレ、ベビールームの設置。
- ⑥ ミニイベント等の開催。

(7) 施設概要



トイレ



身障者、高齢者、乳幼児連れの方等にも利用できる、多目的対応トイレ。



総合カウンター



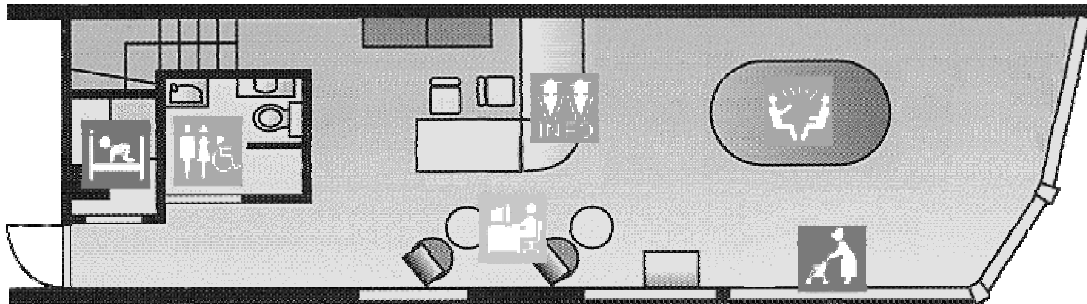
松山市のイベントや施設の紹介等、情報を提供。



くつろぎスペース



自由にご休憩できる空間。



ベビールーム



おむつ替えと授乳ができる部屋。



コミュニティ施設



掲示板、ミニギャラリー、イベントチラシ、CATV情報放送、インターネットコーナー。



ショップモビリティ



車椅子、シルバーカー、ベビーカーの無料貸出(台数に限りあり)。



(8) 利用実績 (10月～3月／開館日数 149日)

①男女別来館者数

内 訳	男	女	合計
来館者数	1,765人	2,238人	4,003人
1日平均	12人	15人	27人

②年代別来館者数

区 分	～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代～	合 計
来館者数	313人	1,122人	559人	529人	771人	494人	215人	4,003人

③案内件数

区 分	商店	商品	場所	観光
案内件数	146件	56件	145件	32件
1日平均	1.0件	0.4件	1.0件	0.2件

④施設の利用

区 分	トイレ	ベビールーム	休 憩	パソコン
利用者数	597人	131人	633人	263人
1日平均	4.0人	0.9人	4.3人	1.8人

⑤ショップモビリティの利用

区 分	シルバーカー	ベビーカー	車いす	電動カート
利用者数	9台	199台	2台	3台

【 効 果 】

来街者の行動

無機質なアーケード街の中にあつて、来街者の憩いや交流、各種イベントによる賑わいの場として、また、まちの総合案内所としての情報の受発信、ショップモビリティ、利便施設(トイレ・ベビールーム)などを利用するための来街者が確実に増加している。又、施設の認知度も高まり、一般市民をはじめ各種団体からの利用申込みが増加している。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

1. 店舗経営者に対する支援

中心4商店街の合同事業であり、来街者の利便性から施設を中心部に設置したが、組合員によっては店との距離が離れているため、設置した存在価値が薄く、イベント開催についても支援が得にくい場合が多々ある。今後、各個店のメリットに繋がる活用についても検討する必要がある。

2. 人的体制

従事するスタッフは、4～5人でシフト勤務体制をとっているが、スタッフに求められる資質や能力に対し、年齢や接客経験、気配りなどを考慮した人選をしなければならない。このことを踏まえると主婦層が主体となり、土・日・祝のスタッフの要員確保が困

難な状況になっている。

【事業の実施ポイント】

1. 空店舗の活用という観点では困難な面があるが、利用者は、コミュニティ施設において「時間制の託児施設」併設を要望する意見が最も多かった。
2. 来街者のための施設であると同時に、商店街に関わる人がこの施設をどう活用するかを並行して考え取組むことにより、会員の理解がもっと得られる。
3. ショップモビリティ事業は、貸出基地・返却基地を複数設置して、利用者の利便性を高める必要がある。

【関連URL】

おいでんかHP <http://home.e-catv.ne.jp/oidenka/>