

商店街マネージャーの常駐により、商店街活性化を促進

## 株式会社こまつ賑わいセンター

機関名	株式会社こまつ賑わいセンター		
所在地	石川県小松市三日市町50番地1		
電話番号	0761-24-8200		
地域概要	(1)管内人口 110千人	(2)管内商店街数 13商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 4	(2)会員数 100商店	
	(3)空店舗率	(4)大型店空き店舗数 0	
	三日市商店街振興組合ほか3商店街		
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16年度	マネジメント対策事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街マネージャーの常駐</li> <li>・新たなイベントの創出</li> <li>・空き店舗対策事業</li> </ul>
	総事業費	21,000千円

### 【事業実施内容】

#### 1. 背景

小松市は石川県西南部に位置する県下第3の都市である。中心市街地には城址をはじめ、寺社、町屋等の歴史を感じさせる建造物が多く、江戸時代からの町人文化が現在に引き継がれている。

同市では大型商業施設が進出するとともに、住宅や公共施設の郊外化が進み、中心市街地商店街の空洞化が深刻な問題となっている。こうした現状を問題視し、平成11年3月、中心市街地活性化基本計画を策定し、TMOとなる株式会社こまつ賑わいセンターを設立した。

平成14年度には常駐の商店街マネージャーを採用し、「中心市街地文化回廊事業」や「リサイクルステーション運営事業」、新たな商店街イベントの計画等、商店街活性化のための取り組みを行った。その結果商店街の認知度の上昇と商店街組織の意識改革に結びついた一方、さらなる賑わい創出のためには街の魅力を向上させることが重要であるとの認識に立った。そのため平成15年度には、新商品開発や実験店舗の運営による来街促進と、商店街及び空き店舗等



小松市の位置（小松市役所 HP より）

の情報化支援による出店促進を行い、街の魅力向上に向けた取組みを実施した。さらに平成16年度は15年度よりも直接的な来街促進、出店促進策を実施し、商店街活性化に向けた具体的な取組みを行った。

## 2. 事業内容

事業内容としては、「訪れて楽しい街、買物して楽しい街、歩いて楽しい街」をテーマに、地域活性化に向けた具体的な取組みを行った。

### (1) こまつ座ジュニア事業

商店街内には、保育園の送り迎えの親子連れや登下校の小学生が多く通るが、親子連れを対象とした店舗が少ないため、顧客として取り込めていないという現状がある。そのため親子を対象に「絵本の読み聞かせ」や「紙芝居」等を行い、来街のきっかけとした。

- ・月に1回ペースで年12回実施する計画だったが、好評につき15回実施
- ・延べ参加人数は子供が158人、大人が125人
- ・今後は「商店街おかみさんの会」で継続実施



紙芝居の様子

### (2) 商店街ゲーム事業

商店街を中心に市街地区域を舞台としたゲームにより、現在の商店街の状況を知ってもらい、地域に対する関心を高める事業を行った。実際に商店街の店舗をまわるゲームでは、「今まで未入店の店を体験でき、良かった」との声が多数寄せられた。本事業は小松市体育協会と共同で実施したものも含まれ、今後は他団体と連携し事業を実施する予定である。

- ・商店街の店舗の商品をいくつか組み合わせ、合計金額が事前に設定された金額に一番近い人が勝者となる「商店街お買物ゲーム」
- ・写真をもとに対象店を探し出す「フォトラリー」
- ・周辺の文化遺産、商店街のチェックポイントをまわる「ウォークラリー」
- ・周辺の文化遺産、商店、店主等を題材としたクイズに答えながら街歩きをする「まちなみ探訪ゲーム」



商店街ゲームの様子

(3) メディアアートミュージアム事業

現在活動中のクリエイターの作品を商店街の店舗店頭で展示し、メディアアートミュージアムとして来街者が楽しめる街づくりを行った。同時にメディアアーティストが集まる場としての商店街を目指した。なお本事業をきっかけに作品のシリーズ化・商品化の検討や作品展への出展が予定されており、新進クリエイターが全国に事業展開する契機となった。

- ・イベント延べ参加人数は約 100 人
- ・越田修平（陶芸家）→「光の器」がシリーズ化予定
- ・和紙の店 有（ペーパークラフト）  
→照明器具として商品化を検討
- ・藤田愛二（インダストリアルデザイン）  
→NHK「デジタルスタジアム」に発展型を出品  
予定

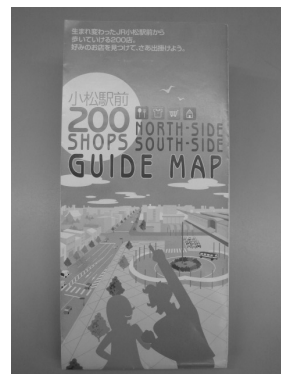


メディアアート  
ミュージアムの様子

(4) 商店街マップ事業

商店街の認知度が市民の間で高まるにつれ、「商店街にはどんなお店があり、どんな商品を扱っているのか」、「店舗の紹介をした、持って歩けるマップはないのか」という声が寄せられるようになり、そうした要望にこたえハンディマップを作成した。これにより来街者の滞在時間延長と回遊性の向上を図った。

- ・マップ作成のため、商店街の店主が情報収集をすることにより、商店街に関する新たな発見が生まれる良い機会となった。
- ・今後は作成したマップの定期的な発行と改定作業が必要である。



商店街マップ

(5) 空き店舗対策事業

空き店舗対策として有効な手段のひとつに、家賃の値下げがある。小松市中心商店街では、他の不動産の賃貸料や勤めに出ている家族の収入等により、家主が店舗を貸さなくても生活が成り立つため、安価では店舗を貸したがないという現状があった。それに対し商店街とTMOが連携して家主に街の現状を理解してもらい、家賃の値下げに一部協力してもらった。

新規出店により来街者が増え街の価値が上がると、相乗効果として将来的に家賃の値上げも期待できる側面があることを訴求した。

## 【 効 果 】

### 1. 空き店舗の解消

TMOと商店街が連携して家主に交渉した結果、一部の空き店舗の家賃が以前の半額以下と安価になり、空き店舗が埋まりつつある。新たな店舗の出店が加速することにより商店街には活気が生まれ、客の流れが変わりつつある。こうした取組みは新聞で紹介され、貸し店舗に対する問合せも増えており、多数の出店希望者が順番を待っている状況である。

### 2. 商店街の認知度

来街者に対する様々なイベント効果により、商店街の認知度が向上した。特にこまつ座ジュニア事業や商店街ゲーム事業では、消費者が商店街の個店と触れ合うことが多く、今まで知られていなかった個店の魅力を広める機会となった。

## 【 課 題 ・ 反 省 点 】

### 1. 店舗経営者に対する支援

空き店舗対策事業については新規出店者が希望する貸し店舗が重なり、マッチングが容易ではない。また、長年使用していない空き店舗は老朽化が激しく、手を加えなければ入居できない状況であり、新規出店における内装費支援が必要である。

### 2. PR

継続した広報活動や宣伝ができないため、新規の問合せが減少している。今後は定期的に告知するしくみを作っていく。

### 3. 事業実施のノウハウ

事業の種類、内容が広がりすぎた懸念がある。個店のレベルアップが商店街活性化の根本であり、今後はもう少し的を絞った事業展開を行っていく。

## 【 事 業 の 実 施 ポ イ ン ト 】

- ・商店街とTMO、家主とのコミュニケーションを深め、情報を共有化し、連携を強める必要がある。三者が同じ視点で街づくりに取り組み、同じ目標を持つことが大切である。

## 【 関 連 U R L 】

株式会社こまつ賑わいセンター <http://www.tmo-k.com/>