平成１８年中小企業庁委託事業

「商店街活性化に係る事例調査研究」
報告書

平成19年3月

は　じ　め　に

本報告書は、商店街が行っている各種の取組みが商店街や地域の活性化に結びついた事例を取りまとめたものです。

近年、全国における商店街の状況は残念ながら大変厳しく、今後、少子高齢化が更に進展することなどから、このままではその存在すら危ういものになっていくことが懸念されています。

そのような中で、商店街の活性化に取り組む意志がありながら、様々な事情により実現できていない商店街の方々に、いろいろな問題を解決しながら商店街の活性化に資する取組みが実践できるよう、商店街における一つ一つの取組み事例に焦点を当てて報告書を取りまとめることとしました。

掲載しております各商店街の活性化事例は、経済産業局、自治体、日本商工会議所、全国商工会連合会その他の関係機関のご協力により情報提供のあった事例について、当連合会の研究員が現地調査を行って取組み内容等を各商店街の関係者から聴き取り、それを当連合会に設置した「商店街等活性化に係る事例調査委員会」において議論・検討のうえ取りまとめたものです。

本報告書の特徴として、商店街の取組みを分類して紹介することにより、各々の商店街が課題にあった事例を検索しやすいように工夫しております。商店街における諸活動に取り組む際の参考資料として活用いただければ幸いです。また、これを契機として、活力溢れる取組みが全国に展開することで、商店街や地域ににぎわいが再生することを期待しております。

調査の実施にあたり、ご協力をいただきました関係機関、商店街関係者の皆様、そして格別のご尽力を賜りました委員の方々に対しまして厚く御礼申し上げます。

平成１９年３月

全国商店街振興組合連合会

平成 18 年度「商店街活性化に係る事例調査委員会」委員名簿

大西　隆	東京大学　先端科学技術研究センター 都市環境システム分野　教授
横森　豊雄	宮城大学　大学院事業構想学研究科　教授
酒巻　貞夫	浜松大学　経営情報学部　教授
前田　進	株式会社マネジメントコア前田　代表取締役
森田　博行	独立行政法人　中小企業基盤整備機構 地域経済振興部　コンサルティング課　課長

敬称略

本報告書について

1．本報告書には 53 商店街の活性化事例を掲載しています。目次については、「項目分類別」と「都道府県別」の2種類を用意しています。「項目分類別」については、多くの事例の中から参考にしたい項目の検索がしやすいように、以下の表の8つの「取組みについての方向性」に分類し、それを具体的な取組みごとに 17 の項目分類にまとめて紹介しています。ひとつの商店街で2つの活性化事例を有する場合には、番号の若い項目分類にまとめて掲載しています。

取組みについての方向性	項　目　分　類
「空き店舗を活用したい、施設を利用して地域に活力を与えたい。」	①コミュニティ施設
	②子育て支援
	③高齢者支援
「商店街の価値や魅力を高めたい。」	④新規開業支援、店舗誘致
	⑤個店の活性化
「地域の資源や特性を活かした取組みを行いたい。」	⑥地域・商店街ブランド
	⑦特産品、歴史、伝統など
「地域に貢献する事業に取り組みたい。」	⑧コミュニティビジネス
「地域の人々が安心して集うことができる商店街にしたい。」	⑨エコロジー活動
	⑩環境・景観整備
	⑪防犯
「商店街の組織強化や地域の団体等との協力による取組みを行いたい。」	⑫商店街内の組織強化
	⑬教育機関、NPO 等他団体との連携
	⑭地域住民等との連携
「販促活動や消費者に向けた情報発信を行いたい。」	⑮集客イベント
	⑯販促ツール、インターネット活用
	⑰各種カード事業

2．（動画）について

本報告書の目次中、が表示されている事例については、別途、動画を作成し、全国商店街振興組合連合会のホームページで提供しています。（http://www.syoutengai.or.jp/）

（動画作成商店街）

和泉明店街（東京都杉並区）、追浜商店街（神奈川県横須賀市）、岩村田本町商店街（長野県佐久市）、八代本町一丁目商店街（熊本県八代市）、福江商店街（長崎県五島市）

商店街活性化に係る事例調査研究報告書　目次

（項目分類順）

①コミュニティ施設

1　滝川駅前商店街（北海道滝川市）…… 1 P
2　岩見沢市中心商店街（北海道岩見沢市）…… 3 P
3　山口市中市商店街・本町商店街（山口県山口市）…… 5 P

②子育て支援

4　高山市商店街（岐阜県高山市）…… 7 P
5　アスティ山之口商店街（大阪府堺市堺区）…… 9 P
6　籠屋町商店街（徳島県徳島市）…… 11 P

③高齢者支援

7　大山町中央商店街（富山県富山市）…… 13 P

④新規開業支援・店舗誘致

8　岩村田本町商店街（長野県佐久市）…… 15 P
9　和泉明店街（東京都杉並区）…… 17 P
10　上川端商店街（福岡県福岡市）…… 20 P
11　唐人町商店街（佐賀県佐賀市）…… 22 P

⑤個店の活性化

12　伊賀上野地区中心商店街（三重県伊賀市）…… 25 P
13　能登町内６商店街（石川県鳳珠郡能登町）…… 28 P
14　新宮市中心商店街（和歌山県新宮市）…… 31 P

⑥地域・商店街ブランド

15　和泉明店街（再掲）（東京都世田谷区）…… 17 P
16　追浜商店街（神奈川県横須賀市）…… 33 P
17　能登町内６商店街（再掲）（石川県鳳珠郡能登町）…… 28 P
18　萩市田町商店街（山口県萩市）…… 36 P

⑦特産品、歴史、伝統など

19　弁天通り商店街（群馬県前橋市）…… 38 P
20　姫路本町68番地商店街（兵庫県姫路市）…… 41 P

⑧コミュニティビジネス

21　岩内町名店街（北海道岩内郡岩内町）…… 43 P
22　両津夷本町商店街（新潟県佐渡市）…… 46 P
23　岩村田本町商店街（再掲）（長野県佐久市）…… 15 P
24　信州新町商店街（長野県上水内郡信州新町）…… 48 P
25　ゆう壱番街商店街（滋賀県長浜市）…… 50 P
26　八島商店街（京都府舞鶴市）…… 53 P
27　福江商店街（長崎県五島市）…… 55 P
28　健軍商店街（熊本県熊本市）…… 58 P

⑨エコロジー活動

29　茅ヶ崎市商店会（神奈川県茅ヶ崎市）…… 61 P

⑩環境・景観整備

30　置戸町大通り商店街　（北海道常呂郡置戸町）…… 64 P
31　鶴岡山王商店街　（山形県鶴岡市）…… 66 P
32　馬車道商店街　（神奈川県横浜市中区）…… 68 P
33　多賀門前町商店街　（滋賀県犬上郡多賀町）…… 71 P
34　石橋商店街　（大阪府池田市）…… 73 P
35　神戸元町１番街商店街、元町三、四、五、六丁目商店街　（兵庫県神戸市中央区）…… 76 P
36　新町商店街　（岡山県真庭市）…… 79 P
37　大分市中心部商店街　（大分県大分市）…… 81 P

⑪防犯

38　明大前商店街　（東京都世田谷区）…… 84 P
39　森小路京かい道商店街　（大阪府大阪市旭区）…… 86 P

⑫商店街内の組織強化

40　上越本町三・四・五丁目商店街　（新潟県上越市）…… 89 P

⑬教育機関、ＮＰＯ等他団体との連携

41　追浜商店街（再掲）　（神奈川県横須賀市）…… 33 P
42　柳原通商店街　（愛知県名古屋市北区）…… 91 P
43　北野商店街　（京都府京都市上京区）…… 93 P
44　あけぼの商店街　（福岡県久留米市）…… 95 P
45　宇宿商店街　（鹿児島県鹿児島市）…… 98 P

⑭地域住民等との連携

46　十和田市中央商店街　（青森県十和田市）…… 100 P
47　ハッピーロード尾山台　（東京都世田谷区）…… 102 P
48　ゆう壱番街商店街（再掲）　（滋賀県長浜市）…… 50 P

⑮集客イベント

49　柏崎市諏訪町商店街　（新潟県柏崎市）…… 105 P
50　一本杉通り商店街　（石川県七尾市）…… 107 P
51　石橋商店街（再掲）　（大阪府池田市）…… 73 P
52　神戸元町１番街商店街、元町三、四、五、六丁目商店街（再掲）　（兵庫県神戸市中央区）…… 76 P
53　紺屋町商店街　（島根県浜田市）…… 109 P
54　おびさんロード商店街　（高知県高知市）…… 111 P
55　直方市４商店街　（福岡県直方市）…… 113 P
56　唐人町商店街（再掲）　（佐賀県佐賀市）…… 22 P
57　八代本町一丁目商店街　（熊本県八代市）…… 115 P

⑯販促ツール・インターネット活用

58　泉町二丁目商店街　（茨城県水戸市）…… 117 P
59　あけぼの商店街（再掲）　（福岡県久留米市）…… 95 P

⑰各種カード事業

60　岩内町名店街（再掲）　（北海道岩内郡岩内町）…… 43 P
61　羽衣商店街　（東京都立川市）…… 119 P
62　長田神社前商店街　（兵庫県神戸市長田区）…… 122 P
63　佐世保俵町商店街　（長崎県佐世保市）…… 124 P

商店街活性化に係る事例調査研究報告書　目次
（都道府県別）

北海道

1	滝川駅前商店街	【北海道滝川市】	（コミュニティ施設）	1Ｐ
21,60	岩内町名店街	【北海道岩内郡岩内町】	（コミュニティビジネス） （各種カード事業）	43Ｐ
30	置戸町大通り商店街	【北海道常呂郡置戸町】	（環境・景観整備）	64Ｐ
2	岩見沢市中心商店街	【北海道岩見沢市】	（コミュニティ施設）	3Ｐ

東　北

46	十和田市中央商店街	【青森県十和田市】	（地域住民等との連携）	100Ｐ
31	鶴岡山王商店街	【山形県鶴岡市】	（環境・景観整備）	66Ｐ

関　東

40	上越本町三・四・五丁目商店街	【新潟県上越市】	（商店街内の組織強化）	89Ｐ
49	柏崎市諏訪町商店街	【新潟県柏崎市】	（集客イベント）	105Ｐ
22	両津夷本町商店街	【新潟県佐渡市】	（コミュニティビジネス）	46Ｐ
8,23	岩村田本町商店街	【長野県佐久市】	（新規開業支援・店舗誘致） （コミュニティビジネス）	15Ｐ
24	信州新町商店街	【長野県上水内郡信州新町】	（コミュニティビジネス）	48Ｐ
38	明大前商店街	【東京都世田谷区】	（防犯）	84Ｐ
61	羽衣商店街	【東京都立川市】	（各種カード事業）	119Ｐ
47	ハッピーロード尾山台	【東京都世田谷区】	（地域住民等との連携）	102Ｐ
9,15	和泉明店街	【東京都杉並区】	（新規開業支援・店舗誘致） （地域・商店街ブランド）	17Ｐ
29	茅ヶ崎市商店会	【神奈川県茅ヶ崎市】	（エコロジー活動）	61Ｐ
16,41	追浜商店街	【神奈川県横須賀市】	（地域・商店街ブランド） （教育機関、ＮＰＯ等他団体との連携）	33Ｐ
32	馬車道商店街	【神奈川県横浜市中区】	（環境・景観整備）	68Ｐ
58	泉町二丁目商店街	【茨城県水戸市】	（販促ツール・インターネット活用）	117Ｐ
19	弁天通り商店街	【群馬県前橋市】	（特産品、歴史、伝統など）	38Ｐ

中　部

4	高山市商店街	【岐阜県高山市】	（子育て支援）	7Ｐ
42	柳原通商店街	【愛知県名古屋市北区】	（教育機関、ＮＰＯ等他団体との連携）	91Ｐ
12	伊賀上野地区中心商店街	【三重県伊賀市】	（個店の活性化）	25Ｐ
7	大山町中央商店街	【富山県富山市】	（高齢者支援）	13Ｐ
13,17	能登町内６商店街	【石川県鳳珠郡能登町】	（個店の活性化） （地域・商店街ブランド）	28Ｐ
50	一本杉通り商店街	【石川県七尾市】	（集客イベント）	107Ｐ

近　畿

26	八島商店街	【京都府舞鶴市】	（コミュニティビジネス）	53Ｐ
43	北野商店街	【京都府京都市上京区】	（教育機関、ＮＰＯ等他団体との連携）	93Ｐ

25,48	ゆう壱番街商店街	【滋賀県長浜市】	（コミュニティビジネス） （地域住民等との連携）	50Ｐ
33	多賀門前町商店街	【滋賀県犬上郡多賀町】	（環境・景観整備）	71Ｐ
5	アスティ山之口商店街	【大阪府堺市堺区】	（子育て支援）	9Ｐ
39	森小路京かい道商店街	【大阪府大阪市旭区】	（防犯）	86Ｐ
34,51	石橋商店街	【大阪府池田市】	（環境・景観整備） （集客イベント）	73Ｐ
14	新宮市中心商店街	【和歌山県新宮市】	（個店の活性化）	31Ｐ
35,52	神戸元町１番街商店街、 元町三、四、五、六丁目商店街	【兵庫県神戸市中央区】	（環境・景観整備） （集客イベント）	76Ｐ
62	長田神社前商店街	【兵庫県神戸市長田区】	（各種カード事業）	122Ｐ
20	姫路本町68番地商店街	【兵庫県姫路市】	（特産品、歴史、伝統など）	41Ｐ

中　国

36	新町商店街	【岡山県真庭市】	（環境・景観整備）	79Ｐ
53	紺屋町商店街	【島根県浜田市】	（集客イベント）	109Ｐ
3	山口市中市商店街・本町商店街	【山口県山口市】	（コミュニティ施設）	5Ｐ
18	萩市田町商店街	【山 口 県 萩 市】	（地域・商店街ブランド）	36Ｐ

四　国

6	籠屋町商店街	【徳島県徳島市】	（子育て支援）	11Ｐ
54	おびさんロード商店街	【高知県高知市】	（集客イベント）	111Ｐ

九　州

44,59	あけぼの商店街	【福岡県久留米市】	（教育機関、ＮＰＯ等他団体との連携） （販促ツール・インターネット活用）	95Ｐ
10	上川端商店街	【福岡県福岡市】	（新規開業支援・店舗誘致）	20Ｐ
55	直方市４商店街	【福岡県直方市】	（集客イベント）	113Ｐ
11,56	唐人町商店街	【佐賀県佐賀市】	（新規開業支援・店舗誘致） （集客イベント）	22Ｐ
63	佐世保俵町商店街	【長崎県佐世保市】	（各種カード事業）	124Ｐ
27	福江商店街	【長崎県五島市】	（コミュニティビジネス）	55Ｐ
28	健軍商店街	【熊本県熊本市】	（コミュニティビジネス）	58Ｐ
57	八代本町一丁目商店街	【熊本県八代市】	（集客イベント）	115Ｐ
37	大分市中心部商店街	【大分県大分市】	（環境・景観整備）	81Ｐ
45	宇宿商店街	【鹿児島県鹿児島市】	（教育機関、ＮＰＯ等他団体との連携）	98Ｐ

「空き店舗を活用したい、施設を利用して地域に活力を与えたい。」

①コミュニティ施設

1　滝川駅前商店街　（北海道滝川市）……1
2　岩見沢市中心商店街　（北海道岩見沢市）……3
3　山口市中市商店街・本町商店街　（山口県山口市）……5

②子育て支援

4　高山市商店街　（岐阜県高山市）……7
5　アスティ山之口商店街　（大阪府堺市堺区）……9
6　籠屋町商店街　（徳島県徳島市）……11

③高齢者支援

7　大山町中央商店街　（富山県富山市）……13

1　滝川駅前商店街（北海道滝川市）

●取組みまでの経緯・実施背景

昭和 61 年に建設された駅前再開発ビル内に、市の振興公社が多目的ホール（たきかわホール）を設置し、市民の芸術・文化の拠点として活用されてきた。その後、郊外への大型店等の進出が相次ぎ中心市街地の空洞化が著しくなったこと、施設が老朽化したことなどから、多目的ホールは運営縮小、稼働率が低下していた。
しかしながら、立地の点では公共交通のターミナル機能が結束する地点に立地しており、運営方法次第では不特定多数の市民を呼び込むことが可能であることから、駅前商店街振興組合が多目的ホールの有効活用を市に要望したことがきっかけとなり、滝川市が市民の芸術・文化拠点として再整備することとなった。

●事業概要（内容）

平成 15 年 9 月に市が「たきかわホール」を取得、再整備するとともに新たに、街なか地域交流文化施設「くるる」、親子交流広場「とんとん」を同再開発ビル内に設置した。施設の管理運営は、指定管理者制度によりＮＰＯ法人たきかわホールに委託している。

施設の活用を推進するため、ＮＰＯと駅前商店街振興組合、滝川市文化連盟、文化団体連絡協議会、ＴＭＯ、滝川市が「地域文化交流広場利用促進協議会」を組織している。

３施設の事業概要は次のとおり。

1．多目的ホール「たきかわホール」（再開発ビル 3 階）の概要

「たきかわホール」は、最大 200 席のコンサートや映画、演劇などを鑑賞できるホールと、物産展や展示会、個展などに利用できるギャラリー、バンドやカラオケの練習場として利用できる防音対策されたリハーサル室の 3 施設がある。それぞれ、時間帯に応じた料金設定がされている。

2．街なか地域文化交流施設「くるる」（再開発ビル地下 1 階）の概要

「くるる」は幅広い層が交流できるように工夫されている。講習会、会議等に利用できる 5 つの“貸しスタジオ”、広いスペースにテーブルを配した“休憩コーナー”、館内閲覧用の“図書コーナー”、市内の情報、地域文化団体の催し物の情報などを掲示した“情報コーナー”と個人、趣味のサークルの陶芸、織物、アクセサリー、クラフト、布小物など各種手作り作品を委託販売する“手作りショップ”がある。“手作りショップ”の月平均売上は 25 万円である。

3．親子交流広場「とんとん」（再開発ビル地下 1 階）の概要

親子交流広場「とんとん」は、未就学児を連れた母親が、子育ての悩みなどの情報交換の場として気軽に使える広場である。登録すれば誰でも利用できる。また、親子向けのイベント等も実施している。

コミュニティ施設

●実施効果・今後の課題について

各施設のオープン以降、利用者の数は徐々に増加しており、再開発ビル内の空き店舗に、文化、芸術関係の団体が複数入居するなど、文化振興の中心として定着しつつある。また、滝川市内だけでなく近隣市町村にも利用されるなど、コミュニティ施設として認知度は高まっており、中心市街地への来街者の増加にも寄与している。

●利用した助成金制度など

平成 15 年度～17 年度　経済産業省「商店街等活性化事業」
平成 18 年度　経済産業省「少子高齢化等対応中小商業活性化事業」

●商店街の概要・地図

- 滝川駅前商店街振興組合
- 北海道滝川市栄町 2-6-19
- 電話：0125-24-8353
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：45 店
- http://www.takikawahall.com/

駅前再開発ビル外観

3 階のたきかわホール入口

地下 1 階の手づくりショップ

2　岩見沢市中心商店街（北海道岩見沢市）

４条通り商店街
栄通り商店街
３条通り商店街振興会
ひょうたん通り振興会
１条通り商店街一志会
駅前とおり商店街振興会
北本町商店会
２条商店街
新光町内会
あやめ通り振興会
仲の店商工協同組合
１西５丁目親交会
中央通り振興会
幌向商工会

●取組みまでの経緯・実施背景

岩見沢市は札幌から北に約 45km の位置にあり、平成 18 年の市町村合併により人口は約 9 万 3 千人である。空知地方の中心都市として栄えてきたが、郊外大型小売店の進出の影響等から、平成 13 年 9 月に中心市街地の核の 1 つであった百貨店が撤退し空き地となってしまった。中心商店街の空き地・空き店舗の数はそれまで 59 箇所であったが、平成 16 年 12 月には 73 箇所に増加し、中心商店街は空き店舗が目立ち疲弊してしまっていた。

そこで、撤退した百貨店の跡地を有効活用し、中心市街地のコミュニティの中核として賑わいの創出を図るような取組みが求められることとなったため、岩見沢市が、当該跡地を取得、整備して、管理運営は岩見沢市商店街振興組合連合会に委託する形で、コミュニティ広場「ぷらっとパーク」が平成 17 年 3 月にオープンした。「ぷらっとパーク」では各種集客イベントが行われる他、パーク内に“ＺＡＷＡハウス”と称する施設を設置し、無料休憩所および貸しスペースとして活用している。

●事業概要（内容）

コミュニティ広場「ぷらっとパーク」及び「ＺＡＷＡハウス」の実質的な企画、管理運営は岩見沢市商店街振興組合連合会の「新規事業委員会」が担当している。

1．“ＺＡＷＡハウス”事業

「ぷらっとパーク」の一部に“ＺＡＷＡハウス”を設置し、中心市街地を訪れた人が気軽に休める場所を提供している。施設がバス停の前ということもあり、バス待ちの人や買い物客の休憩所として高齢者中心に利用されている。施設内には、中心商店街や個店、市の催しなどのチラシ類を配置し情報提供を行う。

また、パーテーションで区切り、地域の市民団体等の会合に利用できるようオフィススペースも設けることで、市民の活動の場としている。平成 17 年度は 100 回以上の会議利用があった。

2．「ぷらっとパーク」を活用したイベント事業

「ぷらっとパーク」内のオープンスペースを活用して、集客力の落ちている日祭日を中心に、様々なイベントを実施。これまでのお祭りや年末大売出しのような一時的な売り上げ増加ではなく、継続的にイベントを企画し実行することで、人が集

まりやすい環境を作り出している。イベントは連合会や出店者等が協力して実施しているが、地元の学生や NPO もイベントの企画に加わりアイデアを出し合うことで、幅広い層を対象としたイベントが実施されている。

例）市場共催バーベキュー大会、朝イカ祭り、ビアガーデン、ダンスコンテスト、フリーマーケット、大道芸　など

●実施効果・今後の課題について

「ぷらっとパーク」では、平成 17 年 5 月から平成 18 年 3 月の間に、23 回の様々なイベントや販促行事が開催され、1 回平均 1,566 名が参加するなど、中心商店街の集客に貢献している。

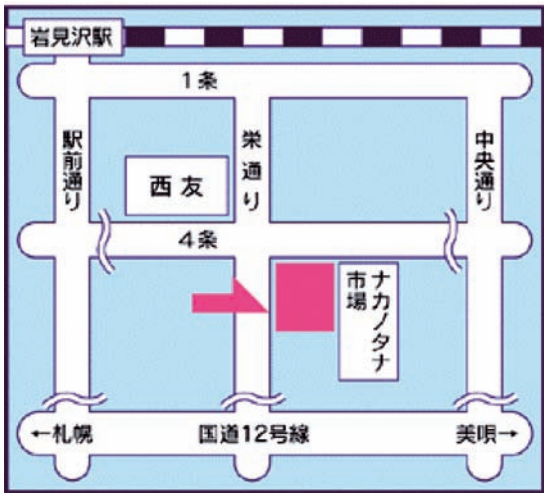
中心商店街の新しい顔として認知度は高まっており、今後も積極的に集客を図っていく予定である。また、商店街と連携イベントを開催するなど、売上げ増加につながるような取組みの実施が課題である。

●利用した助成金制度など

平成 16 年度　経済産業省「商店街等活性化事業」
平成 16 年度以降　岩見沢市「中心市街地再生事業補助金」

●商店街の概要・地図

- 岩見沢商店街振興組合連合会
- 北海道岩見沢市 1 条西 1 丁目 16 番地
- 電話：0126-22-3445
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：335 店
- http://www17.ocn.ne.jp/~p-park/



ぷらっとパーク正面

ビアガーデンイベントの様子

ZAWA ハウスの無料休憩所

3　山口市中市商店街・本町商店街（山口県山口市）

●取組みまでの経緯・実施背景

中市・本町商店街は、山口市（人口約 19 万人）の中心に位置し、7 つの商店街（中市・大市・米屋町・道場門前・西門前・新町・駅通り）の中核的な商店街としての役割を担っている。地域住民の高齢化が進行してきた一方で、近年は地区内でマンションの建設が進み、住民同士の触れ合いの場が少なくなってきている。商店街では空き店舗の増加や通行量の減少などが問題となっており、商業地として新たな魅力や機能が求められている。

そのような中、平成 15 年に、山口県が、「福祉でまち作りする」というテーマを掲げていたこともあり、商店街と行政と NPO が連携して、地域コミュニティ施設に係る取組みを行うこととなった。

●事業概要（内容）

1. ほっとさろん「まちのえき」

商店街を拠点とした地域への支援・コーディネイト、住民主体の街づくりを図ることを目的に、平成 15 年に中市商店街の東側入り口付近にコミュニティ施設ほっとさろん「まちのえき」が設置された。山口市が計画を立案したもので、商店街が空き店舗を提供し、「NPO 法人山口せわやきネットワーク」と連携しながら運営にあたっている。主に、高齢者、障がい者、地域住民の交流する場となっている。

(1) 交流サロン事業

・福祉情報の収集と提供…福祉に関する情報を市民に提供する。

・自由参加型講座（年 6 回）…人と人とのつながりを大切にし、誰もが参加できる「いきいき歌体操講座」や「手作り講座」等を開催する。

・世代間交流のきっかけづくり（年 6 回）…高齢者や子育てママ、子どもなどが交流できるきっかけづくりとして創作活動を通した取組みを行う。

(2) タウンモビリティ事業

高齢者や障がい者、子供連れの母親に買物を楽しんでもらうために、無料で電動カートや車いす、ベビーカーの貸出しを行う。

(3) まちの保健室事業

保健師や看護師が常駐して健康チェックや健康に関する相談を行う。

2. ほっとさろん西門前「てとてと」

「まちのえき」と同様の運用形態で本町商店街の空き店舗に、母親、乳幼児、児童、障がい児、地域住民のためのコミュニティ施設『ほっとさろん西門前「てとてと」』が設置された。子育て中の親子が気軽に交流できる場を提供することを目的としている。運営は「NPO 法人あっと」が行っている。

(1) 子育て中の親子の交流・情報提供、相談、講習

子育て中の親子が気軽に交流する場を提供する。子育てに関する不安を感じて

いる子育て中の母親が相談を受けられる。また子育てに関する講習を実施している。

(2) 子育て支援者人材育成

将来、子育て支援に携わる人材の育成を行なっている。

3. 市民活動支援センター「さぽらんて」との連携

商店街の中ほどに位置する市民活動支援センター「さぽらんて」と 2 つの施設の連携をはかり、市民にコミュニティ施設を有効活用してもらうことにより、来街者の回遊性を高めるように努めている。

●実施効果・今後の課題について

「まちのえき」の利用者は平成 16 年度が 11,886 人。17 年度が 14,749 人と増加している。今まで商店街を利用したくてもできなかった高齢者等が、施設があることにより商店街に足を運んでくれるようになった。

平成 17 年の事業評価アンケート報告書によると、約 4 割の商店主が商店街に今までに無かったような変化を感じており、「高齢者や子供連れの若い親子を多く見るようになった。」「空き店舗が減って街が賑やかになった。」などの感想が寄せられている。「まちのえき」「てとてと」と「さぽらんて」の相乗効果も発揮されている。

●利用した助成金制度など

平成 15～17 年度　経済産業省「コミュニティー施設活用事業」

●商店街の概要・地図

- 山口市中市商店街振興組合／本町商店街振興組合
- 山口県山口市中市 3-3／山口県山口市本町 2-1-4
- 電話：083-925-5011／083-925-0934
- 商店街のタイプ：広域型商店街
- 店舗数：約 55 店／約 23 店
- http://www.axis.or.jp/~akindo/member/yama_naka.html

中市商店街

「まちのえき」

「てとてと」

4　高山市商店街（岐阜県高山市）

高山本町１丁目商店街
高山本町２丁目商店街
高山本町３丁目商店街
高山本町４丁目商店街
高山下一之町商店街
高山さんまち通り商店街
高山安川通り商店街
高山国分寺第一商店街
高山国分寺第二商店街
高山国分寺第三商店街

●取組みまでの経緯・実施背景

高山市の商店街は、JR 高山駅から古い町並みを結ぶように 10 の商店街があり、約 97,000 人の市民の生活を支える 400 の商店が集積している。また、飛騨高山を訪れる年間 400 万人以上の観光客が街を賑わしている。商店街は市街地景観保護地域（古い町並み）と隣接しており、住民の生活と観光客の購買が密接に結びついている。

商店街は、郊外型大型店の出店と商業者の高齢化によって空洞化が進み、非常に厳しい環境にある。平成 11 年と 14 年の商店街の商店数比較調査によると 1 割の減少、空き店舗率は 7.7%から 9.2%にまで上昇している。

そんな中、「街の中に人が住み、子どもからお年寄りまでが一緒に暮らしている、そういう本来のまちの姿を取り戻す事が、求められているのではないか」という意見が商店街の会合で出された。高山市商店街振興組合連合会は空き店舗を利用して、子ども連れの母親が気軽に立ち寄れる子育て支援コミュニティ施設を創ろうと考え、平成 15 年 1 月に、高山市の協力により、「かんかこかん」を設置することになった。「かんかこかん」の名前の由来は飛騨地方に古くから伝承されている、祭り行事「鬪鶏楽（とうけいらく）」の鉦（かね）の音色「カンカコカン」からつけられた。

●事業概要（内容）

「かんかこかん」の 1 階には、「こどもひろば」と「まちのくらし情報発信ひろば」があり、2 階には、まちづくり市民活動関係先の交流ステーション「まちづくりひろば」がある。

1. こどもひろば

「こどもひろば」は、子どもを連れた母親が気軽に立ち寄って普段なかなかできない親同士の情報交換ができるため、大変喜ばれている。又、保育園の元園長などの子育てアドバイザーが子育ての悩みや疑問の相談にあたる。商店街関係者も運営スタッフとして手伝うことがあり、子育て中の親子を中心に交流を深めている。

場所柄、観光客の往来も多く、歩き疲れた子ども連れ、観光客がひと休みする場所としても重宝されている。

2. まちのくらし情報発信ひろば

「まちのくらし情報発信ひろば」は、インターネットを利用して、子育て情報、まちづくり情報、観光、行政情報を発信している。また、買物客・観光客の休憩所

として使われている。

3. まちづくりひろば

「まちづくりひろば」は、市民活動の情報発信の場であり、まちづくりネットワークの拠点として活用されている。「寺子屋かんかこかん」と称して、「手づくり絵本」「童謡の旅」「さるぼぼづくり」「和菓子づくり」といった、様々なユニークな講座も開講されている。講師は「まちづくりひろば」に参加している市民活動グループや商店街の商店主などで、それぞれが得意な分野を担当し、学校とはひと味違う内容で親子に喜ばれている

●実施効果・今後の課題について

「かんかこかん」の年間利用者は 2 万人を超え、誰でも気軽に立ち寄れる「まちの縁側」というコンセプトに近づきつつある。今まで商店街に来なかった子供連れの家族や、イベント参加の若年層の来街者が増え、商店街が賑わっている。

これまで、別個に活動していた 50 以上の市民活動グループが、商店街に「かんかこかん」という拠点ができたことにより、『まちづくり』をキーワードに、連携をするようになった。

また、平成 16 年には、商店街の人たちが中心になり、「飛騨高山まちづくり本舗」が誕生した。人と人、地域と人との関係を育むことを目的に、商店街のネットワークづくりや仕組みづくり、協働事業などの企画提案に取り組んでいる。

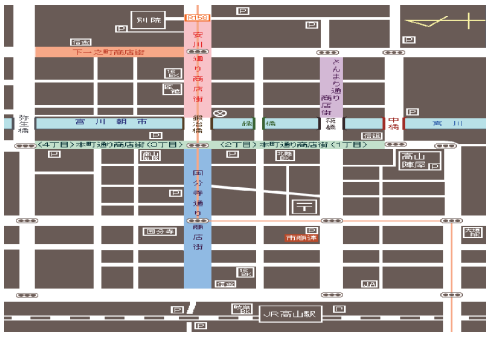
●利用した助成金制度など

平成 14 年度　高山市「商店街空き店舗活用支援事業」

平成 15, 16, 17, 18 年度　厚生労働省「つどいの広場事業」

●商店街の概要・地図

- 高山市商店街振興組合連合会
- 岐阜県高山市天満町 5-1
- 電話：0577-32-2550
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 400 店
- http://www.takayamashishouren.net/



高山市商店街

「かんかこかん」外観

「かんかこかん」内部

5　アスティ山之口商店街（大阪府堺市堺区）

●取組みまでの経緯・実施背景

堺市は大阪市の南側に位置している。古くから国際貿易港として栄え、「堺商人」を中心に文化・経済的に繁栄してきた。現在、人口は 80 万人を超えている。

アスティ山之口商店街は、堺のメインストリートである大小路通りと交わる市之町、中央の甲斐町、そしてフェニックス通りと交わる大町の 3 ブロックで構成されている。 約 60 店舗で構成されているが、経営者の高齢化に伴って商店街は徐々に活力を失いつつある。そういう状況の中で、堺市は、核家族化や地域コミュニティの希薄化に起因する子育てに関する情報不足や母親の孤立を解消し、安心して子育てができる環境を整備するため、商店街が提供した空き店舗を活用して、子育て支援事業を実施することとした。

平成 15 年に「堺まちかど子育てサポートルーム・堺エンゼル広場」が開設され、現在多くの親子に利用されている。

●事業概要（内容）

「堺まちかど子育てサポートルーム・堺エンゼル広場」は、3 歳児未満の子どもを持つ親が、子育てに自信を持ってもらうことを目的に設置された施設で、親子同伴の参加が原則になっている。毎週月・火・水・金曜日の午前 10 時から午後 4 時まで開かれており、無料で利用できる。サポートルームでは専門の「支援員」による悩み相談が常時行なわれている他、月に 1 度の「食育講習」や「幼稚園入園準備講座」「赤ちゃんのためのファーストエイド」（子どもの救急時の対応）等、多くの催しが行われている。

運営は、堺市が NPO 法人「青少年育成審議会 JSI」に委託している。JSI は、子育て支援や青少年育成活動を通して安全・安心なまちづくりをめざして活動を行っている。通常は、3 名から 4 名の支援員が常駐して運営にあたっている。「堺まちかど子育てサポートルーム・堺エンゼル広場」は、商店街の中にあるということで安心・安全・便利というメリットもあり、遠方からも多くの親子が訪れている。

商店街が行うこどもの日のイベント「グリーンフェスティバル」等の催しの開催時に施設を開所するなど、商店街と連携して施設を運営することにより、賑わいの創出にも一役買ってもらっている。商店街に徐々に活気が戻ってきており、商店主の意識向上にもつながっている。

●実施効果・今後の課題について

平成 18 年度は、1 ヶ月平均 430 人以上の親子の施設利用があった。商店街の空き店舗の解消になっただけでなく、ベビーカーや自転車等で多くの親子連れが来街するようになっている。また、マスコミや市の広報誌に掲載されることにより、商店街のイメージアップに貢献するとともに認知度が高まった。今後も子育てを支援す

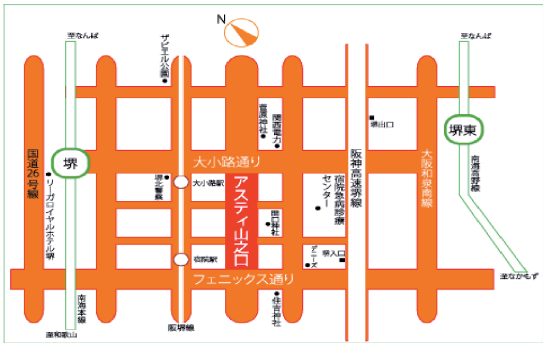
る商店街として活動を続けていく予定である。

●利用した助成金制度など

平成 15～17 年度　経済産業省「コミュニティ施設活用事業」
平成 15～18 年度　厚生労働省「次世代育成支援対策施設整備交付金」

●商店街の概要・地図

- 堺山之口連合商店街振興組合
- 大阪府堺市堺区大町東 1-2-22
- 電話：072-232-1205
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 60 店
- http://yamanokuchi.jp



アスティ山之口商店街

「堺エンゼル広場」外観

「堺エンゼル広場」内部

6　籠屋町商店街（徳島県徳島市）

●取組みまでの経緯・実施背景

徳島市中心市街地は、平成 7 年に集客の核であった百貨店が廃業したことで、通行量が減少、空き店舗も目立ち始めた。さらに、平成 13 年に県内最大規模のショッピングセンターが郊外に出店した影響は大きく空き店舗増加に拍車がかかった。

中心市街地の賑わいを再生するため、平成 14 年に行われたコンセンサス形成事業において、「幼児や小学生など低年齢の子供を持つ主婦層の来街者が極端に少ないこと」、「中心市街地の現状は、親子が利用できる環境にないこと」などが判明した。“ＮＰＯ法人子育て支援ネットワークとくしま”の代表も当該事業に参加しており、同年の年末売出し時期の 1 ヶ月間、中心市街地内の籠屋町商店街の空き店舗に親子交流の場を実験的に設けた。即席の施設であったが、約 600 人の利用者があり、非常に好評であった。この成果を踏まえ、徳島市が親子交流施設「子育てほっとスペースすきっぷ」を設置し、運営は同ＮＰＯ法人に委託することとなった。

●事業概要（内容）

1．「子育てほっとスペースすきっぷ」の施設概要

主な施設・設備としては、絵本・おもちゃを備えたプレイスペース、幼児用便器のある親子トイレ、オムツ換えコーナー、授乳室、情報コーナー、相談室がある。情報コーナーには、ＮＰＯのメンバーが集めた子育てに関する情報や、商店街情報、行政情報など様々な案内資料が置いてある。

開館時間は 10 時から 16 時までで、休館日は商店街の店舗の定休日に合わせ、毎週水曜日と、第 1・第 3 日曜日、祝日としている。ＮＰＯの会員が、スタッフとして交代で、常時 3 名配置されている。

2．「子育てほっとスペースすきっぷ」の事業内容

事業内容は、「親子の交流の場の提供」（乳幼児の子供連れが気軽に集い、遊べる場所の提供）、「子育てに関する悩み相談・情報提供」、「イベント開催」（子育て支援の講習会として、ベビーマッサージ、歯科講習、パパ講座など多数実施）、「子供一時預かりサービス」（最大 3 時間まで有料で預かる）などがある。なかでもイベントは、いつも定員一杯でキャンセル待ちが出る講座も多い。

●実施効果・今後の課題について

ＮＰＯ法人のきめ細やかな子育て支援サービスが評判となり、利用者は増加し続け、開設した平成 15 年度の月平均利用者数は 797 人で、平成 18 年度の月平均利用者数は 1,140 人にまで伸びている。中心市街地に低年齢の子供を抱える主婦層の来街が極端に少なかったことを考えると、この施設の効果は大きい。

商店街内の飲食店は、親子連れの利用者を取り込めてきているが、物販店等の利用は少なく、商店街での買い物促進が今後の検討課題である。

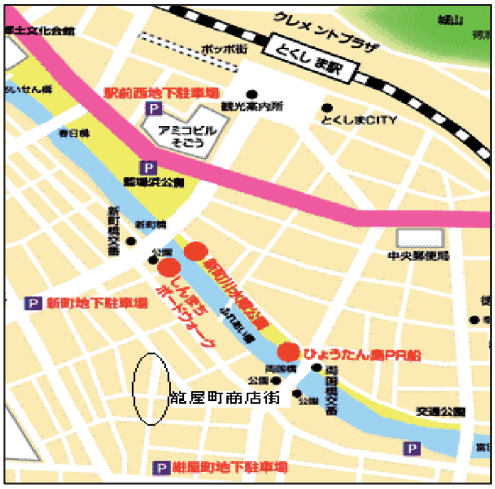
子育て支援

●利用した助成金制度など

平成 15 年度　経済産業省「コミュニティ施設活用事業」
平成 15 年、16 年度　厚生労働省「つどいの広場事業」
平成 17 年度　厚生労働省「次世代育成対策施設整備交付金」
平成 18 年度　国土交通省「まちづくり交付金」

●商店街の概要・地図

- 籠屋町商店街振興組合
- 徳島県徳島市籠屋町 1-20
- 電話：088-625-6828
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：48 店
- http://kagoyamachi.betoku.jp/



籠屋町商店街

「すきっぷ」外観

子育てに関する情報を提供

7　大山町中央商店街（富山県富山市）

●取組みまでの経緯・実施背景

旧大山町は平成 17 年に近隣の町とともに富山市と合併した。旧大山町の人口は約 12,000 人である。富山市の中心部まで約 30 分と近いため、来街者は年々減少し、また高齢化にも拍車がかかっており、商店街を取り巻く環境は厳しく、空き店舗も増加している。現在組合員店舗は 24 店舗から 18 店舗にまで減少している。

そんな環境の中、商店街と商工会等が中心となり、平成 14 年に「大山町商店街活性化事業委員会」を立ち上げた。委員会において、商店街は地域コミュニティの核となり、人々が集い交流できる賑わいの街でなくてはならないとの話し合いが行われた。また、「まちづくりアンケート」等を実施した結果、高齢化対策として地域住民の交流施設の設置を望む声が多く、商店街と地元住民・関係団体と協力しながら平成 15 年に大山町中央商店街の空き店舗を活用してコミュニティ施設「よってかれ家」が設置された（富山弁「よってかれや」は「寄って下さい」を意味する）。この交流施設を核に各種の交流事業を行い、商店街の活性化を図る試みを行った。

●事業概要（内容）

「よってかれ家」は、大山商工会が経済産業省「コミュニティ施設活用事業」を利用して設置したもので、商店街が空き店舗を提供し、地元住民のボランティアグループ「なかよし会」が運営に協力しながら、高齢者支援事業を行っている。主に以下の事業を中心に活動を行っている。

(1) いきいき大山「食祭り」（毎年 10 月）

上滝地区商店街（大山中央町・川端町商店街等）を中心に、特産品・季節野菜の販売・手打ちそばの実演・きのこ鍋の販売等の他、お茶会・絵画展示会等の高齢者を中心としたイベントである。

(2) どんとこい夏祭り（毎年 8 月）

「よってかれ家」の利用者による屋台の出店やカラオケ大会・よさこい大山等の歌と踊りの地域住民交流会である。

(3) 手づくり豆腐鍋まつり（毎年 2 月）

地元のボランティアグループ「なかよし会」が製造した豆腐を利用して、高齢者や地域住民に鍋料理を振る舞うイベントである。

(4) 映画祭の開催（年間 20 回以上）

地元のボランティアグループ「活動写真クルーズ」等の協力により、「ゲロッパ」等を上映している。

(5) 各種体験教室・教養講座・展示会・健康診断・講座の開催（年間 150 回以上）

料理講習会や、郷土の歴史文化講座、皮工芸展、高齢者の健康チェック、餅つき大会等、地域住民、ボランティアグループによるイベントが行われている。

(6) 手づくり豆腐・豆乳石鹸・豆乳ローションの販売（毎月１回）

手づくり豆腐鍋まつりの豆腐が好評だったことから、「よってかれ家」で定期的に販売をすることになった。

また、ボランティアグループの話し合いにより、「よってかれ家」の運営維持のため豆乳石鹸・豆乳ローションの販売も始めた。

(7)「よってかれ家サポーターズ」の設立

平成 17 年度で県等の補助事業が終了したことから、その後の運営について商店街、地域住民、ボランティアグループ、利用者、関係団体等で話し合いが持たれ、高齢者のために何とか施設を残そうという話になった。その結果商店街が中心になり「よってかれ家サポーターズ」を設立し、家賃を含む経費については会費の積み立てにより負担することとなった。現在、約 130 名が会員となり施設を支えている。

●実施効果・今後の課題について

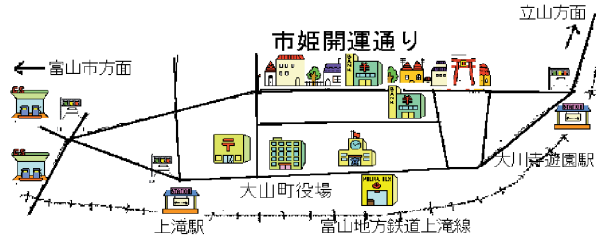
「よってかれ家」には、平成 16 年 4 月から平成 18 年 3 月までの 2 年間に 31,765 人の来場があり、毎日 50 人以上の住民が利用し賑わっている。高齢者の利用もどんどん増え、来街につながっていることから、平成 19 年度以後も「なかよし会」「よってかれ家サポーターズ」は活動を続け、「よってかれ家」の運営を継続することになっている。今後の施設運営にあたっては、施設利用の有料化、手づくり豆腐・豆乳石鹸・豆乳ローションの開発、販売等の収益事業を加えて、より安定した運営を考えている。

●利用した助成金制度など

平成 15～17 年度　経済産業省「コミュニティ施設活用事業」

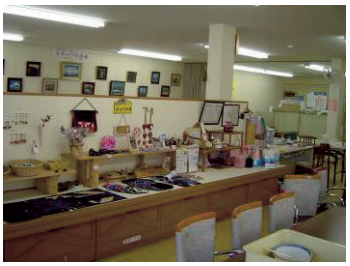
●商店街の概要・地図

- 協同組合大山町中央商店街
- 富山県富山市上滝 387-4
- 電話：076-483-1420
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 18 店
- http://www.chuokai-toyama.or.jp/st-kaiun/



大山町中央商店街

「よってかれ家」外観


「よってかれ家」内部

「商店街の価値や魅力を高めたい。」

④新規開業支援・店舗誘致

8　岩村田本町商店街　（長野県佐久市）……15
9　和泉明店街　（東京都杉並区）……17
10　上川端商店街　（福岡県福岡市）……20
11　唐人町商店街　（佐賀県佐賀市）……22

⑤個店の活性化

12　伊賀上野地区中心商店街　（三重県伊賀市）……25
13　能登町内 6 商店街　（石川県鳳珠郡能登町）……28
14　新宮市中心商店街　（和歌山県新宮市）……31

8、23　岩村田本町商店街（長野県佐久市）

●取組みまでの経緯・実施背景

岩村田本町商店街は、長野県佐久市（人口約 10 万人、世帯数 35 千世帯）の中仙道沿いに４つある商店街のうち、北端に位置する商店街で長野新幹線佐久駅や上信越自動車道佐久ＩＣに隣接する、交通の要所にある商店街である。

年々公共交通機関が整備されるとともに、周辺地区、郊外での商業集積が始まり、商店街を取り巻く環境も厳しい状況になってきたことから、若手経営者を中心に危機感が高まり、平成 8 年に商店街の組織化、同年 11 月にはアーケードを完成させ、同時に、商店街及び地域の活性化を図り、消費者のニーズを意識した取組みを実施していくこととなった。その後、商店街で徐々に空き店舗が出現し始めたのをきっかけに、空き店舗を活用した意欲ある若手商業者の出店により、商店街に新たな魅力を生み出し、活性化を図ることを目的にチャレンジショップ事業を開始することとなった。

●事業概要（内容）

１．チャレンジショップ「手仕事村」の開設

岩村田本町商店街は、もともと酒、味噌などの商品を手造りする店舗や職人が多く集まっている商店街である。商店街のコンセプト「手造り、手仕事、技の街」「やる気のある若者の登用」という条件に合致した若者 6 名を選出し、平成 16 年 11 月チャレンジショップ「手仕事村」がスタートした。手に職のある、若い経営者が「アクセサリー工房」「ステンドグラス製作」「洋裁仕立て」などを「手仕事村」内で開店した。

出店者の資質向上をはかるために商工会議所の「シニアアドバイザー制度」を活用した経営指導を行う他、商店街が、資金調達、本格的開業、店舗の改装についてアドバイスを行っていることも出店者にとっては大きな支えとなっている。

このように若い世代の出店者が商店街に溶け込み、地域や商店街活性化の一助となっている背景には、商店街の若手後継者が組合役員としてリーダーシップを発揮していること、また、新規出店者とほぼ同世代でコミュニケーションが取りやすいことがある。

２．コミュニティ施設「おいでなん処」の開設

岩村田周辺地区には公民館がなかったため、地域住民とのコミュニケーションの場として、平成 14 年 3 月に長野県と佐久市から補助金を受け、商店街が蔵づくりの空き店舗を活用したコミュニティ施設「おいでなん処」を開設した。地域のサークル活動、イベント、祭事等商店街と地域住民との交流の場としての月間２０～３０回、年間延べ約 6, 000 人が利用している（開設から 1 年間は 3, 500 名の利用）。

３．「おかず市場」の開設

平成 10 年、地区内にあった大型スーパーが移転し、商店街の中に生鮮産品を扱う店舗がなくなり、人通りが減少し、商店街にとって大きなダメージとなった。

このため、「おいでなん処」で開催していた朝市「いわんだ市」での経験、住民からの意見・要望をもとに、大型店とは差別化した惣菜や野菜等の生鮮品を中心とし

た店舗を商店街が経営することとなり、「本町おかず市場」が平成 15 年 4 月にスタートした。組合員が運営を行っている。商品メニューには消費者の声を反映させることを心がけており、現在では、月間約 1,500 名の住民が訪れている。18 年度の売上は前年度比 103%と軌道に乗っており、組合運営の貴重な財源を生み出している。町内会での祭事や老人会等からの注文も入り、地域に無くてはならない惣菜店として、生活者の利便性を高める役目を果たしている。

●実施効果・今後の課題について

チャレンジショップ「手仕事村」の効果として、卒業生がその後商店街の空き店舗に出店する事例がでてきており、商店街に新風を吹き込んでいる。現在、空き店舗は、大家の個人的な事情で貸す対象になっていない店舗（3 店舗）を除けば、皆無の状況にある。

また、「おかず市場」は、商店街における生鮮産品の供給不足を補うだけでなく、お客とのコミュニケーションを図ることで、商店街の核としての役割を果たすようになっている。

人と人とのふれあい、気配り、やさしさを大切にする商店街では、消費者の目線に立った様々な分野での事業を展開しており、今般、未来を担う子供たちの成長を地域ぐるみで支援する「子育て村」をスタートさせた。

●利用した助成金制度など

「チャレンジショップ」平成 16 年県商店街環境整備事業補助金、市商工業振興事業補助金

●商店街の概要・地図

- 岩村田本町商店街振興組合
- 長野県佐久市岩村田 765
  中宿おいでなん処内
- 電話：0267-67-3509
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 60 店
- http://www.alps.or.jp/iwamurada/

「岩村田本町商店街」

「手仕事村」

「おかず市場」

9、15　和泉明店街（東京都杉並区）

●取組みまでの経緯・実施背景

新宿から京王線で 2 駅目の代田橋駅を最寄りとする和泉明店街は、昭和 36 年に任意の商店街組織として設立された。周辺の商業集積の隆盛、ディスカウント店の増加などから、商店街の核であった生鮮品店が連なる「大都市場（だいといちば）」は 14 店舗中 8 店舗が空き店舗となるなど、商店街全体の店舗数は組織設立当時の約半分までに減少、生き残っている商店も厳しい状態が続いていた。

この状況を脱するため、街全体の統一テーマとして、昨今の物産ブームで人気の高い“沖縄”のブランド力を活用し、広域からの集客を図ることとなった。

平成 16 年 1 月から、新役員 7 名でプロジェクトチームを結成し、商店街全体を“沖縄タウン化”することを企画した。沖縄タウン化は、“一過性のイベントでなく継続的”に、それも“すぐに個店の売上に結びつく”ことを意識した「沖縄風の街並み整備」、「空き店舗への沖縄関連業種店の誘致」、「沖縄物産の販売」で構成されている。これら事業を実行するため「株式会社」を設立することとし、和泉明店街のメンバー限定で 1 株 5 万円の出資を呼びかけ、1,000 万円の資本金で平成 16 年 10 月に㈱沖縄タウンを設立した。

●事業概要（内容）

1．沖縄風の街並み整備

商店街の事業として、沖縄タウンに相応しい街並みとなるように沖縄風の装飾を施し、雰囲気づくりを行っている。商店街の入口の街路灯を首里城の柱に模したデザインに変更し、「大都市場」は「めんそーれ市場」に改名し、入口に沖縄風装飾を施した。

2．空き店舗への沖縄関連業種店の誘致

㈱沖縄タウンが、空き店舗の家主と交渉し、格安で借り受けて、店舗の改装を行い、商店街にとって必要と思われる沖縄関連の業種店を誘致し安く貸しだしている。空き店舗対策と不足業種の誘致活動を同時に行っている。現在、沖縄関係のテナントは 5 店舗で、沖縄家庭料理店、沖縄そば専門店、物産店、三線専門店、宮古島物産店を計画的に誘致した。沖縄特有の伝統・文化を意識した専門店を、継続的に増やしていく予定である。

3．沖縄の物産販売

商店街が、空き店舗を借りて直営の物産店「いじゅん」を運営している。商品は、㈱沖縄タウンを通して仕入れている。収益は、㈱沖縄タウンのＰＲ活動費やイベント事業に活用し、集客を図っている。

既存店でも沖縄に関連した商品を扱っており、物販店は従来の商品と並行して店頭でシーサーや小物雑貨、お菓子など沖縄関連商品を販売し、飲食店はチャンプルーや沖縄風やきそばなど沖縄料理や惣菜を新たに提供している。サービス業でもで

きる範囲で取り扱い可能な物産品を販売している。現在 30 店舗で実施している。

㈱沖縄タウンは、プロジェクトメンバーが計画段階から沖縄に何度も足を運び、行政、関係団体、企業にプレゼンテーションを繰り返した甲斐があり、ネットワークが出来上がっている。これを活かして、個人では難しくても会社が仕入代行業務を行うことで、取り扱いたい商品の仕入を可能としている。取り扱う商品の種類、量は徐々に増えている。

4．販売促進事業

㈱沖縄タウンのＰＲ事業としてＨＰ、での情報提供、沖縄タウンマップ作成、沖縄関連団体へのＰＲ活動、マスコミへの情報提供等を行っている。

直営店「いじゅん」の販売収益は、イベント事業費として活用する。毎月１回沖縄音楽や文化、食を紹介するイベントを開催しており、本場のエイサー隊による演舞、沖縄三味の演奏、沖縄すば（そば）祭り、かりゆし祭りなど、趣向を凝らしている。その他、学生の夏休み期間中は、週末にも沖縄演舞やミニライブの開催、沖縄料理の屋台を並べるなど若者の集客を図っている。

●実施効果・今後の課題について

平成 19 年 3 月でオープン 2 周年を迎える。東京の小さな商店街を「沖縄タウン化」するという思い切った活性化策は、和泉明店街が核となり、法人組織の㈱沖縄タウンが補完的役割を担うといった組織体制ができたことで、これまで着実に計画を実行に移してきた。

数多くのメディアに取り上げられ、また、地道なイベントやＰＲ活動の成果から、来街者は大幅に増加しており、平日は 2 倍、土日祭日は数十倍にまで増えている。

また、当初の計画にあった「空き店舗への店舗誘致」はこれまで 5 店舗の誘致ができ、今後も徐々に増やす予定である。「沖縄物産の販売」については、直営店「いじゅん」の売上が順調に伸び（年間売上 860 万円）、イベント等集客活動資金として役立っている。個店での販売も、品数、量ともに徐々に増やしている。最近では、㈱沖縄タウンがオリジナル商品として企画した「沖縄タウンラベルの泡盛」が販売されるまでに拡大している。今後も、認知度の高まった“沖縄タウン”のブランドを活用して商品開発を実施する予定である。

●利用した助成金制度など

平成 16 年度　杉並区「千客万来アクティブ商店街事業補助金」

●商店街の概要・地図

- 和泉明店街
- 東京都杉並区和泉 1-11-2
- 電話：03-3325-6382
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：71 店
- http://okinawa-town. jp/

イベント「エイサー」の様子

直営物産店「いじゅん」

オリジナル泡盛

10　上川端商店街（福岡県福岡市）

●取組みまでの経緯・実施背景

福岡市博多区の中心部に位置する上川端商店街は、400 年を越える歴史を有し、かつては商人の町として福岡・博多の商業の核であった。博多駅、県庁の移転等の影響に加え、立地に優れる天神への商業集積が進行し、消費・生活人口は最盛期の 3 分の 1 まで減退し、当商店街として対応を迫られることになった。

平成 8 年、キャナルシティ博多のオープンを機に、「川端通りはキャナルシティ博多への楽しい近道」をキャッチフレーズにキャンペーンを展開、約 3 割の店舗が若者をターゲットとする店舗改装・業種転換を行ったが、中途半端な店舗が多く、その殆どは撤退した。

このような失敗を踏まえ、ソフト面を重視した活性化に取組むこととなった。当商店街は、博多祇園山笠発祥の地であり、地域の歴史的行事や祭事の中心的役割を果たしてきた。地域との密接な関係を重視し、商店街の基本コンセプトである「博多の心に出会う街」のもと、地域の人々のニーズを掘り下げ、中高年齢者を対象にした「新業種・新業態の誘致」を軸に事業を行うこととなった。

●事業概要（内容）

平成 13 年に、組合で管理している土地を活用し、インキュベータ施設「賑わい広場」を創設した。ここに、九州各県の市町村のアンテナショップを誘致を実施した結果、地元福岡をはじめ、宮崎県、熊本県等から店舗の出店が相次ぎ、これまで商店街になかった生鮮食料品、土産品等の中高年齢者を満足させるこだわりの店が増加し、商店街の賑わい創生につながった。

その結果、アンテナショップを経て正式に出店する店も現れ、平成 14 年以降の出店数は総計 35 店に達している。中でも、商店街になかった「鮮魚店」の誘致が実現した。現在、出店を希望する店舗の順番待ちの状況が続いている。

商店街は、中高年齢者の集客の核施設として、平成 14 年に、医療・美容・健康関連施設「健美工房」を誘致した。内科医院や針灸整骨院、エステ等、医療、健康、美容に特化したサービスを提供している。特に、健康で美しくありたいと願う女性の憩いの場を提供しており、副次的効果として、帰りに商店街で買物をしていく流れが生まれている。

また、商店街が管理する「川端ぜんざい広場」は、かつて親しまれていた老舗ぜんざい店の味を甦らせ週 3 回販売を行っている他、産地直産の果物、野菜などを販売するためのコミュニティ事業の場、休憩スペースとしても活用されている。

●実施効果・今後の課題について

アンテナショップなどに対して、出店後に、店舗構成、新商品、新業態等の提案を実施したことで、業績が向上した店舗もあり、出店した市町村との信頼関係が構

築されている。協力して商店街でイベントを開催するなど連携強化が図られている。

商店街を構成する店舗約 100 店のうち、40 店舗余が中高年齢者を対象とした商売を行っている。各個店は、個性を活かしながら顧客の満足を満たす場の提供に心がけ、商店街としても適切な業種を誘致することで、消費者に今まではないようなサービスを提供することができるようになった。

今後は、2011 年九州新幹線の博多駅乗り入れも視野に入れ、隣接するキャナルシティ博多、博多リバレインの大型商業・アミューズメント施設等と連携した広域的なまちづくりの取組みも行っていく予定である。

●商店街の概要・地図

- 上川端商店街振興組合
- 福岡県博多区上川端 6-135
- 電話：092-281-6223
- 商店街のタイプ：地域型・広域型商店街
- 店舗数：約 100 店
- http://www.hakata.or.jp/

上川端商店街

川端ぜんざい広場

11、56　唐人町商店街（佐賀県佐賀市）

●取組みまでの経緯・実施背景

佐賀市は、福岡市まで JR 特急で 30 分、高速バスで 1 時間と好アクセスのため、福岡への消費の流出が著しい。また、郊外に大型ショッピングセンターが相次いで出店し、中心市街地の空洞化が問題となっている。

こうした環境のなか、佐賀市のメインストリートにある唐人町商店街では、増加する空き店舗を活用して集客力のある店舗を誘致することで“商店街の魅力を高めること”と、“地域におけるコミュニティの場づくり”により地元商店街に目を向けてもらうことを 2 つの柱として活性化に取り組んでいる。

魅力向上・空き店舗対策としては、これまで振興組合の理事が中心となって佐賀県の伝統工芸品のギャラリーや、佐賀県酒造組合の飲食店を誘致するなど、県外からの集客も見込んでの取組みを実施してきた。平成 16 年からはチャレンジショップを設置し、新規開業者の開業支援を実施することとなった。

また、地域におけるコミュニティ機能の強化策として、佐賀市の協力を得て、商店街が約 2 ヶ月間にわたる集客イベント「サガ・ライトファンタジー」を開催している。

●事業概要（内容）

1．商店街の魅力を高めるための「空き店舗対策事業」

独立意欲のある開業希望者を募り、空き店舗での新規開業を推進する目的で、チャレンジショップ事業を展開している。運営部会を中心にアイデアを出し合い、商店経営の現場にあわせた独自のサポートプログラムを実施している。

（1）施設概要

平成 16 年 4 月にオープンしたチャレンジショップ“CAST（キャスト）”は、空きビルを改装し、「思わず立ち止まりたくなる、入ってみたくなるような施設」に改装した。独立をサポートするだけでなく、この場所でなら開業してみたいと思われるよう工夫をした。初年度は 4 区画に仕切っていたが、次年度以降は 1 店舗あたりのスペースを広げて 3 区画とした。

（2）出店者の負担金

負担金は、家賃坪 1 万円（1 店舗当たり 4～5 万円）と商店会費等である。実際の家賃とギャップがありすぎると自力での開業に苦労するという隣接商店街での反省を考慮し、あえて相場に近い家賃設定とした。

（3）運営部会の設置

元気な商店主、チャレンジショップ卒業生等で構成、事業の企画・運営を行う。

（4）研修制度

出店前研修、月 1 回売上報告会、修行制度（1 週間、商店街内の繁盛店で体験）等、知識だけでなく現場に即した研修を実施している。

（５）独立支援制度

約 1 年の契約期間終了後、市内で独立開業する場合には、これまで支払ってきた家賃総額の半額（例：2 万円×12 ヶ月）を返戻する。加えて、中心市街地の商店街で独立する者については、改装費等の一部を補助する。

2．地域におけるコミュニティの場としての「イベント事業」

冬の約 2 ヶ月間、約 600ｍの通りの樹木をイルミネーションで装飾する「サガ・ライトファンタジー」は、平成元年から実施している。期間中はイベントを実施し集客を図っているが、近年、特に“地域住民”参加型の内容に変化させている。平成 18 年のイベントの例としては、地元で活躍するダンスチーム、ミュージシャンのパフォーマンス、園児、学生の作品を飾るストリートギャラリー、短大生による茶店などがある。

また、県内の特産品メーカーの協力を得て特産品の販売を行ったり、商店街の記念セール、プレミアム商品券の販売等を行って、売上に結び付けている。

広報活動も、通常は折り込みチラシ等での広報を行うが、唐人町商店街振興組合では、店主らが手分けをして 1 人 300～400 件の住宅を回り直接ポスティングを行うなど、地道な努力で顔の見える商店街づくりをめざしている。

●実施効果・今後の課題について

平成 16 年から実施しているチャレンジショップ事業は、平成 16 年、17 年の卒業生 7 名のうち 6 名が、唐人町商店街内の空き店舗に独立開業しており、予想を上回る成果が出ている。空き店舗が解消されるだけでなく、若い経営者が商店街振興組合に入会し、商店街の会合や事業に参加協力してくれることで、組織内に活気が生まれたといった効果も見受けられる。

「サガ・ライトファンタジー」は、毎年多くの人で賑わい大盛況である。平成 18 年度の場合は、イベントとしての盛り上がりだけでなく、イベント期間中限定で利用できる「商店街プレミアム商品券」（10％のプレミアム）は開催前に 500 万円分を全て完売した。自分達でチラシのポスティングを行い、市民の発表の場や手づくのりイベントを開催することで、商店主の顔が見え、地域とのコミュニケーションが深まっている。

今後も、地元の商店街や商店に目を向けてもらえるよう、地域に合わせた独自の事業を展開していく予定である。

●利用した助成金制度など

チャレンジショップ

平成 16 年度　経済産業省「商店街等活性化事業」

平成 16 年以降　佐賀市「佐賀市チャレンジショップ事業」

平成 17 年以降　佐賀県「商店街空き店舗活用事業」

●商店街の概要・地図

- 唐人町商店街振興組合
- 佐賀県佐賀市唐人町 2-5-12
- 電話：0952-25-8156
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：59 店
- http://www2.saganet.ne.jp/toj

チャレンジショップ外観

サガ・ライトファンタジーの様子

12　伊賀上野地区中心商店街（三重県伊賀市）

車坂町商店会
芭蕉外商店街
東町商店街振興組合
中町商店会
西町商店会
西大手町商店会
愛宕通り商店会
銀座商店街振興組合
桑町商店会
市駅前商店会
新天地商店会
天神街㈱
広小路商店会
名店街商店会
名阪銀座商店会
緑ヶ丘発展会
七福神商店会

●取組みまでの経緯・実施背景

伊賀上野地区中心商店街（旧上野市）は、伊賀市のほぼ中央に位置し市の中心市街地にあたる。バスや鉄道の起点となっており近隣市町村の住民の買い物比率が高く、地域商業の中心となっている。しかし、近年の人口減少、高齢化の進展（中心部の人口はピーク時の約半数、3 割以上が高齢者のみの世帯）、郊外大型店の進出等の環境変化により、空き店舗の増加、市街地の空洞化が顕著となってきた。伊賀上野商店会連合会及び構成する 18 商店街では、様々なイベントを実施してきたが、店舗数が減少したことから次第に運営側の力が弱まり、集客力も低下していた。小規模の商店街単体では開催することも困難となっていった。

こうした現状から脱するため基本に立ち返り、まずは“個店が元気になること”で商店街が元気になり、やがて“まち全体”の活性化につながるのではないかと考えた。そこで、当時、中心市街地の活性化に取り組んでいた旧上野市のＴＭＯ（上野商工会議所）の協力を受け、平成 15 年度より「一店逸品運動」に取り組むこととなった。

●事業概要（内容）

伊賀上野一店逸品運動は、上野地区の商業者の中から、趣旨に賛同し自店の魅力向上に真剣に取り組む店を募って実施している。同じ目標を持つ店主が集まることで士気が高まり活発な活動ができると考えてのことである。平成 15 年度（第 1 回目）は 28 店舗、翌年第 2 回目 22 店、第 3 回目 25 店舗が参加した。各回とも 8 ヶ月間研究を重ねて逸品を決定し、「逸品フェア」でお披露目する。ただ単に 1 つの逸品商品を売り込むのではなく、商店主が集まって逸品を開発・発掘する「過程」が重要であり、これまでの“商売のやり方の見直し”や“品揃えの見直し”を図る運動として取り組んでいる。

1．逸品の開発・発掘

各参加店が、自店の「こだわりのおすすめ商品」を考え、毎月一回開催される研究会の場で発表する。その場で、他の参加者の「消費者の目・異なった業種の目」

による意見を出し合い、切磋琢磨する。これを繰り返して、逸品の掘り起こし、新商品・サービスの開発を行う。

2．販売促進

開発・発掘した逸品商品のお披露目イベントとして、10 日間の「逸品フェア」を開催する。フェアに向けて、逸品カタログを作成し、新聞折込みにより市内消費者に配布する。このカタログは、プロジェクトチームがデザインやレイアウトにもこだわって作成した。また、商品を掲載するだけでなく、店主も認知してもらえるよう、全員の顔写真も盛り込んだ。

店頭には、“のぼり”や“ポスター”を掲示しＰＲを行う。店舗のディスプレイやお客さんが入りやすい雰囲気づくり等、逸品運動を通して改めて店舗の見直しも行い、受け入れ体制を整えた。

また、イベントとなると飲食に集客が片寄りがちであるため、全ての参加店を回遊させる仕掛けとして、「逸品スタンプビンゴラリー」や「お店巡りツアー」を実施している。「お店巡りツアー」は参加店を 3 分類した 3 コースを設け、1 店舗あたり 10 分程度訪問し、逸品商品とお店の紹介をしている。1 コースあたり先着 8 名を無料・予約制で参加を募り、フェア期間中毎日実施した。

●実施効果・今後の課題について

逸品研究会を通して、特に、消費者の視点と異業種の視点から自店を評価されたことで、気付かされることが多く改善につなげることができた。実質的な効果としては、新規顧客の開拓や、逸品商品が予想以上に売れ、売上につながった参加店もある。

この運動に参加したからといって全ての店ですぐに売上が増加するわけではないが、地域の顧客に受け入れられる逸品の開発・発掘、販売促進、店づくりの方法を繰り返し研究することで、個店の力は高まっていくと思われる。今後も、事業を継続し商店街の活性化、まち全体の活性化につなげていく予定である。

●利用した助成金制度など

平成 15 年～18 年度　伊賀市「一店逸品運動事業」

●商店街の概要

- 伊賀市中心市街地商店街（上野商工会議所）
- 三重県伊賀市上野丸之内 37-2
- 電話：0595-21-0527
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：339 店

七福神商店街

逸品フェアのカタログ

お店巡りツアーの様子

13、17　能登町内６商店街（石川県鳳珠郡能登町）

新町通り商店街　仙人町商店街
えびす通り商店街　中町商店街
上町商店街　大栄クリーク商店街

●取組みまでの経緯・実施背景

旧能都町（現能登町）は、古くから漁業が行われ、漁業・商業などで栄えてきた。しかし、郊外大型ショッピングセンターの進出とともに消費者の郊外への流出が顕著になった。

平成 11 年に、６つの中心商店街と旧能都町商工会（現能登町商工会）のメンバーで「能都町中心商店街活性化協議会」を組織し、各種ハード・ソフト事業を実施してきたが、「魅力ある店舗が少ない」、「個々の店舗の集客力が弱い」、「後継者がいない」という商店街の悩みはなかなか解消できず、“集客力アップ”の対策が求められていた。そこで、港町能登の資源を活用して、街づくりの基本コンセプトを「魚が美味しい、人が面白い」とし、「魚の美味しい町」を内外にアピールすることとなった。また、地域の活性化のためには、ブランド形成と同時に、個店の活性化が不可欠であると考え、個店のサービスメニューの製作、各個店のパンフレットの作成等を行うこととした。

●事業概要（内容）

１．“美味しい魚のまち”ブランドの形成

協議会は、「魚の美味しいまち」というイメージ形成のため、能登の新鮮で美味しい魚の魅力をアピールすることで能登ブランド形成を図っている。

(1) ブランドイメージ形成事業

新鮮で多様な魚の魅力をアピールするため、空き店舗を活用して、新鮮な魚を食べられる飲食店「さしみ屋」を開店した。収益が目的ではなくイメージ形成が目的であるため、採算度外視で提供される定食は、鮮度が高くて格安と口コミで評判になり、町外からの多くの集客、能登町のＰＲにつながった。平成 17 年に商店街整備に伴いさしみ屋は閉店となったが、発展的事業継続として、鮮魚店が店奥を飲食スペースとして改装し同事業を引き継いでおり、さらなるイメージ定着に取り組んでいる。

(2) 地域コミュニケーションによるイメージ形成事業

能登空港からの観光客の取り込みや来街者の増加を図ることを目的に、『食文化を楽しむ会』を平成 16 年度から 20 回以上開催している。会は、食について興味がある町内外の人毎回 10 名程度の少人数制で、漁師や料理人が一方的に話すのではなく、訪れたお客と食事を楽しみながら語り合っている。

平成 16 年から毎月１回６商店街共同で特売セール「まんなか市」を行っている。

その際商店街併設の広場で、魚という共通テーマで“祭りイベント”を行ない集客を図っている。祭りは季節によって「寒ぶり祭り」「あんこう祭り」「たら祭り」と内容を変えることで、消費者に飽きさせない工夫をして、再来街を促し、リピーターを獲得している。特に、寒ぶり祭りの時に行なわれる「寒ぶりの解体と即売」は、町内外から多くの人を呼び寄せるイベントとなっている。

2．個店の活性化

(1) 個店パンフレット『能登のお店の物語』

能登には面白い店があるというイメージ形成のために、商店街の店舗のうち 40 店舗を紹介する「能登のお店の物語」を作成した。はがきサイズ 1 枚のパンフレット裏表両面に各店の特長が物語性をもって紹介されている。能登のお店の物語に掲載されている店舗では、店主が語り部となって来店者を楽しませる。また、体験参加型の催し（金物店では包丁砥ぎ体験、洋菓子店ではケーキ作り体験など）を同時に行っている店舗もある。

(2)「おもてなし」のサービスメニュー

平成 16 年から、全店舗が各個店それぞれの「おもてなし商品・サービス」を提供している。毎月発行されるまんなか市のチラシに各個店のサービスメニューが掲載されるが、そのメニューは毎月更新される。イベントによる集客とともに、毎月メニューを考えることによる経営者の意識改革を図っている。

サービスメニューの効果（売上アップなど）が判明したら、協議会を通じてその具体的事例を他店に紹介する。お互いの店の取組みを導入することで商店街全体の相乗効果をあげることが狙いである。

また、「おもてなし」の一環として商店街の各個店で、店頭に花を飾ったり植えたりして、目に見える形で「おもてなし」の心を表すことを進めている。

(3) 各個店の自己目標設定『向上（口上）書』

協議会の指導のもと、商店街の各個店の店頭には、「自分達の向上」「店の向上」「地域の向上」テーマに、自分の目標を自分で考え、有言実行する為の看板が掲げられている。

●実施効果・今後の課題について

能登の美味しい魚のイメージが定着しつつあり、能登ブランド効果が少しずつ発揮されてきている。ブランドを活かした各種事業によって能登町を訪れるリピーターが増加している。定期的にイベントを行うことにより、地域の楽しみとして定着しつつあり、イベント時は各個店の売上にもつながっている。そして、「おもてなし」による個別店舗のＰＲ活動が徐々に定着してきた。

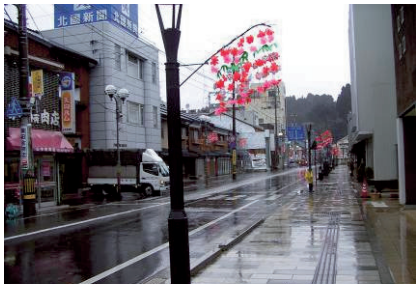
ブランド確立のための第 1 歩は、地元商品が地元で愛されることであると考えているので、今後も地元での“美味しい魚”関連の事業に注力する計画である。

●利用した助成金制度など

平成 17～18 年度　石川県「商業活性化推進事業」
平成 13～16 年度　石川県「活性化モデル商店街活性化事業」

●商店街の概要・地図

・能登町内 6 商店街
・石川県鳳珠郡能登町宇出津ト字 44-4
・電話：0789-62-0181
　（住所・電話連絡先は能登町商工会）
・商店街のタイプ：近隣型商店街
・店舗数：71 店


新町通り商店街

寒ぶり祭りの様子

能登のお店の物語

14　新宮市中心商店街（和歌山県新宮市）

仲之町商店街　元町商店街
丹鶴商店街　駅前本通商店街
神倉商店街

●取組みまでの経緯・実施背景

新宮市は、和歌山県、奈良県及び三重県の県境が接する紀伊半島の東南部に位置し、林業、商業を中心として栄えてきた。しかし、大型店の郊外進出や市民病院の移転等の影響で、中心市街地の商店街は衰退しており、商店街活性化に資する取組みが必要であった。新宮商工会議所が、中心市街地の利用者を対象に実施した消費者アンケートでは、「欲しいと思う商品がない」「店に入りにくい」など個店が消費者にとって魅力あるものになっていないことがわかった。商店街を活性化させるには、まず個店の魅力を引き出すことが第一と考え、平成 15 年から、市の中心部にある５つの商店街が「一店逸品運動実行委員会」を組織し、運動に取り組むこととなった。

●事業概要（内容）

１．逸品の選出

各商店街より一店逸品運動の参加店を募り、応募した商店主でグループ（６～８名）を作る。各グループは、参加店の商品等について消費者の目線で意見を交換し、半年以上の期間をかけてお勧めの逸品を選び、「逸品カタログ」を作成する。逸品は店舗で扱っている既存商品の中から選ぶこともあれば、新たに探し出す場合もある。平成 18 年度は 44 店舗が参加したが、個店の“モノ”だけではなく“ヒト”をアピールするため、「逸品カタログ」には各店主の顔写真を載せている。

２．集客の仕掛け

（1）逸品を消費者にお披露目する場「逸品フェア」

11～12 月にかけての約２週間、消費者に逸品をお披露目する「逸品フェア」を行っている。逸品フェアの期間中は、各店が決定した逸品を店内の一番目立つ場所に展示し、統一したＰＯＰ、説明書き等で装飾する。あわせて、クイズ等のイベントを開催し集客を図る。逸品フェアは、お披露目であることを強調し、新規顧客誘引や休眠客の再来店を促すため、「冷やかし歓迎！」を強調して消費者の回遊性向上に注力する。

（2）商店主の“知識”を広告する「商店街の知恵袋」

商店主は、大型店店員にはない専門的な知識を持って接客できることが強みである。専門的知識を持つ“ヒト”をアピールするため、「バッグのお手入れ簡単方法！」など暮らしに役立つ知識を逸品カタログに「商店街の知恵袋」として掲載したとこ

ろ大きな反響を呼んだ。平成 18 年からは、カタログとは別に『商店街の知恵袋』冊子を作成し常時店舗で配布している。消費者にとってのアドバイザー的存在になり、コミュニケーションを図るためのツールとすることが狙いである。

●実施効果・今後の課題について

一店逸品運動を通じて商店主の意識が変化し、良い商品や仕入先を探すようになり、メーカーとタイアップしてオリジナル商品を製造、販売する店舗まで現れている。逸品フェアをきっかけに、逸品商品の売れ行きがフェア前の 3 倍になったり、フェア終了後に人気の定番商品になったりすることも少なくない。また、逸品とともにお店も認知され新規顧客獲得につながっている。

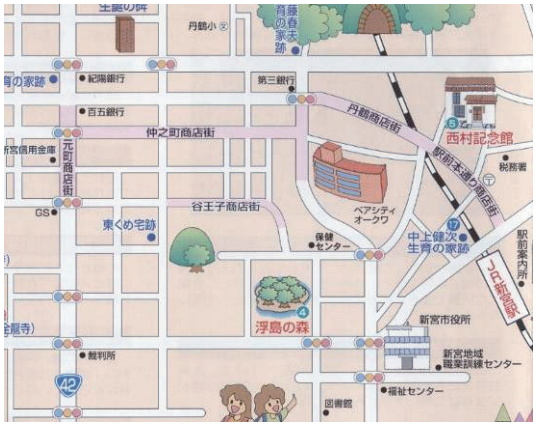
「商店街の知恵袋」作成にあたり、各店主がよりよい情報を掲載しようと専門知識について調べるようになり、各店主の商品知識のブラッシュアップが図られた。今まで以上に商品について自信を持って説明できるようになり、また消費者は、店主を専門家としてみるようになったことで、大型店との差別化が図られつつある。

●利用した助成金制度など

平成 15～17 年度　わかやま産業振興財団「和歌山県中心市街地商業活性化推進事業」
平成 18 年度　新宮市「新宮市中心市街地商業活性化推進事業」

●商店街の概要・地図

- 一店逸品運動実行委員会
- 和歌山県新宮市市井の沢 3-8
- 電話：0735-22-5144
（※住所・電話は新宮商工会議所）
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：44 店



仲之町商店街

逸品フェア中の装飾

逸品カタログ

「地域の資源や特性を活かした取組みを行いたい。」

⑥地域・商店街ブランド

15　和泉明店街　（東京都杉並区）⇒17Ｐをご覧ください。

16　追浜商店街　（神奈川県横須賀市）……33

17　能登町内６商店街　（石川県鳳珠郡能登町）
⇒28Ｐをご覧ください。

18　萩市田町商店街　（山口県萩市）……36

⑦特産品、歴史、伝統など

19　弁天通り商店街　（群馬県前橋市）……38

20　姫路本町68番地商店街　（兵庫県姫路市）……41

16、41　追浜商店街（神奈川県横須賀市）

●取組みまでの経緯・実施背景

追浜町は、横須賀市の一番北側、横浜市金沢区に隣接する街である。工業地、商業地、住宅地が同居する彩り豊かな街であるが、駅前に立地する追浜商店街では、再開発計画の頓挫、事業者の高齢化、後継者不足、消費者の横浜への流出など、衰退の兆しをみせていた。そのような中、関東学院大学の教授が主催する「まちづくり起業入門」では、「地域に出る、現場に学ぶ、まちの課題をコミュニティビジネスに結び付ける」という内容の授業を行なっており、その授業の一環として、追浜商店街の空き店舗に教室を開きたいとの申し入れがあった。

商店街側の「収益事業との併設であれば運営可能だろう」との見解から、大学側では「海洋深層水によるワイン製造」プランを提案した。商店街では、知識もノウハウもないワイン製造は難しいと一度は大学側のプランを断ったが、大学側から、ワインは比較的小額の投資で製造可能であり、同じ発酵酵母の技術を使う納豆や豆腐と比較すると取り扱いやすいこと、ワイン製造設備を格安で入手できるルートを探し出してくれたことから商店街でワインの製造、販売を行うこととなった。学生の発案で、横須賀市で採れる海洋深層水を活用し、今まではなかった追浜独特の特産品を製造することとなった。

●事業概要（内容）

1．『追浜こみゅに亭＆ワイナリー』の概要

ワインなど物販の他、喫茶店、各種教室（レンタルフロア）、レンタルボックス事業（後述）を設置するなど多機能施設となっている。ワイン販売が好調で、ワイン生産量を増やすためには店舗が手狭となったため、同じ通りの空き店舗に２店舗目の施設を確保しワイン製造設備を移転・補強してワインの生産能力を高めた。

(1) 横須賀おっぱまワインの製造

ワインの製造は、ボランティアである『ワイン研究会』の８名が行っている。ワイン研究会のメンバーは定年退職した者が中心で、もともとは金融機関勤務、営業、研究所勤務など様々な経歴を持っている。研究会のメンバーは、全員ワイン作りは初心者で一からワイン作りを研究した。ワイン研究会では、品質向上のため定期的に試飲会を開くなど、常にワインの味について研究して高品質商品の開発を行っている。

横須賀おっぱまワインの月売上高は約 40 万円となっている。（ワイン単価：フルボトル（720ml）は 1,300 円、ハーフボトル（360ml）は 900 円）

(2)「追浜こみゅに亭＆ワイナリー」の店舗概要

１店舗目は、ワイン販売等物販、コミュニティ、学生の研究室を兼ね備えた施設となっている。２階建てで店舗面積は 9.5 坪、販売員スタッフ１名を雇用している。

１階スペースでは、ワイン、記念品等の販売の他に、レンタルボックス事業や喫茶店の運営を行っている。レンタルボックス事業では、店舗内に８つのボックスを用意し、主婦やＰＴＡグループの作品を委託販売している。また、東京の市場には入らない野菜等を追浜商盛会が仕入れて販売している。

２階スペースは、ゼミの研究室として毎週金曜日に活用している。他の曜日は地域住民ための教室（パソコン教室、ビーズ教室、ガラス工房など）を開いている。

２店舗目は、店舗面積 18 坪、ワインを製造するための施設である。

店舗の改装費は、平成 16 年度、市と県からそれぞれ空き店舗改装費の 30％の補助金を受けた（改装費 400 万円のうちの 240 万円が補助金、残りの 160 万円は追浜商盛会で工面した）。また、ワインの製造設備の資金に充てるため一般から「追浜まちづくりサポーター」を 200 名募集した。（一口１万円×200 名＝200 万円）

２．学生と商店街と地域との連携

ワインのビジネスプランやレンタルボックス等、学生が提言した様々なプランを商店街が実現化する。また、商店街の調査やイベント事業に学生が積極的に参加している。そして、ワインの製造方法については大学の非常勤講師が支援するなど連携体制もできている。従来、学生側はアイデアを提案するだけであったが、最近は学生が商店街のイベントブースを運営するなど、大学との連携が強くなっている。

また、商店街主宰のもと、時間的に困難なワイン製造を地元のボランティアグループ「ワイン研究会」に委託している。美味しいワインを造るためにはたいへんなノウハウが必要となる。そのため、商店会理事長とワイン研究会のメンバーが、ワイン醸造所にノウハウを聞きに行ったり、美味しいワイン作りのための研究を重ねたりと地道な活動を繰り返し、高品質な「横須賀おっぱまワイン」を造り上げている。

●実施効果・今後の課題について

学生との連携により、地域資源を活用しワインを醸造するといった商店街メンバーでは思いつかないようなアイデアを実現することができた。商店街側としては、学生からのアイデアを可能な限り実現することを心がけて、毎年、新たな商店街活動に取り組んでいる。

横須賀おっぱまワインの売り上げは発売以来ずっと好調で、平成 17 年５月の販売開始から平成 19 年２月現在までで累計約 8,500 本販売している。ワイン研究会の成果もあって、とても美味しいと評判がよく、口コミの効果によって顧客が広がりを見せている。

今までは追浜には名産がなかったが、横須賀おっぱまワインができて、お土産や記念パーティー等で活用できる新たな名物ができたことに喜びを感じ、街全体で応援体制ができている。他の地域資源も活用し、ワインだけではなく追浜全体の『追浜ブランド』を構築することが長期的なプランである。

追浜ブランド構築の一環として、杏の木を植えることになった。将来的には 1,000 本を植える計画で、一本 1,000 円で住民から資金を集め、700 本の杏の苗木を植えた。杏はまだ多くの実をつけてはいないが、杏の実が取れるようになったら新しい

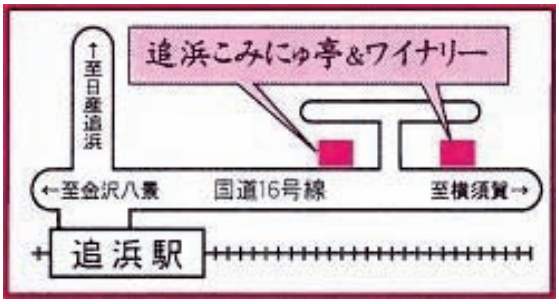
追浜特産となる「あんずワイン」を作り、さらなる追浜ブランドを展開させることで活性化につなげる計画となっている。

●利用した助成金制度など

平成 16 年度、17 年度　横須賀市「商店街活性化支援事業補助金」
平成 16 年度、17 年度　神奈川県「空き店舗活用事業」

●商店街の概要・地図

- 協同組合　追浜商盛会
- 神奈川県横須賀市追浜町 3-39
- 電話：046-865-2625
（追浜こみゅに亭＆ワイナリー）
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：68 店
- http://www.oppama-town.com/



追浜商店街

こみゅに亭＆ワイナリー

横須賀おっぱまワイン

18　萩市田町商店街（山口県萩市）

●取組みまでの経緯・実施背景

萩市は、人口約 57,000 人の城下町で、山口県の北部に位置し、「まち全体が美術館」と言われ、焼き物や名所、旧跡等を目当てに多くの観光客が訪れている。田町商店街は、その中心部に位置しているが、商圏人口が昭和50年代から半減しており、加えて、毎日 30 分間隔で運行している循環バスの通り道にあるものの観光施設が無く、観光客の取り込みが全くできていなかったことから衰退を余儀なくされていた。平成 10 年頃から商店街に空き店舗が増えるようになり、空き店舗を活用した事業を行うことを目的に、平成 14 年に、商店街の組合員の有志 14 名で「有限会社じーるファクトリー萩」を設立した。観光客の誘客をはかるため空き店舗を買い取り駐車場を設置した。平成 17 年 8 月には、商店街の正面入り口に空き店舗が発生したことから、同社が、地域資源、特性を活かし、地元住民はもちろん観光客の誘客ができるように「観光ミックス型商店街」への移行を試みることになった。お客さんの来街を促すために空き店舗を活用した施設「萩おみやげ博物館」などを設置した。

●事業概要（内容）

観光ミックス事業として、以下の取り組みを行っている。

(1)「萩おみやげ博物館」の設置

萩市内で製造されている製品のみを扱うことをコンセプトに、地元メーカー90社の協力を得て萩の特産品を販売している。（萩焼き、地酒、地ビール、かまぼこ、菓子、工芸品など約 300 種類の地場産品を販売）

(2)「北國堂」の設置

商店街のブランドを開拓しようと、萩焼きのギャラリーショップを創り、萩焼き作家の個展等を開催し、展示販売を行っている。

(3) ワゴン販売台で特産品の販売

商店街の店頭に統一デザインのワゴン販売台を設置し、観光客がここでしか買えないような商品を販売している。山菜を使ったオリジナル寿司、夏みかん菓子、ふぐの珍味、地元特産品等を販売している。

(4) 地域ブランドを活かしたイベント

5 月に行なわれる萩市の「萩焼祭り」とは別に、10 月に、商店街独自の「田町萩焼祭り」としてアーケード内で 31 社による萩焼販売やフリーマーケットを開催している。3 月には「萩城下の古き雛たち」、4 月には「花まつり」等多くのイベントも実施している。

(5) 駐車場の設置

平成 14 年に、観光客の誘客をはかるため商店街に有料駐車場を設置した。平成 18 年には、市の協力により、大型バスも駐車可能な無料駐車場「田町・御成り道駐車場」が設置された。

●実施効果・今後の課題について

「萩おみやげ博物館」「北國堂」の 2 店は、萩の特産物が揃っている店として、観光客にも認知され売り上げも順調に伸びてきた。みやげ物屋を「博物館」とネーミングすることで、観光客の注目を集めることになり来街者が増える結果となった。また、「有限会社じーるファクトリー萩」による事業が話題となり、様々なメディアに取り上げられることとなった。今後の取組みとしては、来街者を増やすために 3 つの展開を考えている。

1、田町・御成り道　にぎわい市場（仮称）の設置

商店街には生鮮品の販売店が少ないため、地元消費者や観光客をターゲットとした生鮮品市場を設置する。

2、観光スポットエリアとのリレーション

観光地（萩城跡）と離れているため、観光客を商店街に誘導させるためにイベント等を実施し、来街者を増大させる。

3、個店力に磨きをかける

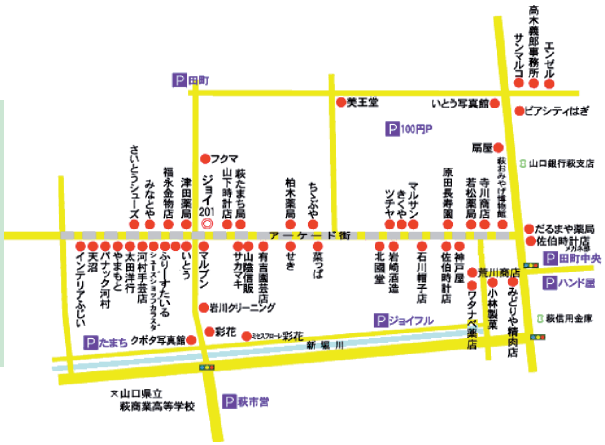
観光スポットとしての、地域・商店街ブランドを活用した商品開発を行い、個店の魅力作りに一層努力する。

●利用した助成金制度など

平成 17 年度　山口県「空き店舗対策事業」

●商店街の概要・地図

- 萩市田町商店街振興組合連合会
- 山口県萩市東田町 87
- 電話：0838-26-2201
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 54 店
- http://www.axis.or.jp/~hagitama/



北國堂

萩おみやげ博物館と店内

19　弁天通り商店街（群馬県前橋市）

●取組みまでの経緯・実施背景

前橋市は、群馬県の中央部よりやや南に位置し、製糸業、商業を中心に栄えてきた。しかし、中心市街地から大型店の移転、撤退が相次ぎ、核店舗の喪失によって集客力の減少が見られるようになった。

弁天通り商店街は、創業 120 年以上の老舗が多い歴史ある商店街である。かつては、中心商店街として１日１万人ほどあった通行量が、中心市街地衰退の影響で１千人を割るまでになってしまった。また、店舗数も最盛期の７割程度まで減っている。

そこで、商店街の賑わいを取り戻すため、街の特長を活かした取組みを行なうこととなった。歴史ある商店街であることを強調し、特に通りの中央にあり 440 年の歴史を持ち、多くの参拝客が集まる大蓮寺を活かした市「弁天ワッセ」を行なうこととした。また、「月に吠える」「青猫」等の作品で知られる詩人「萩原朔太郎」が前橋市が出身であることを活用し、様々な事業を行なっている。

●事業概要（内容）

１．毎月３日の定期市「弁天ワッセ」

平成 16 年から、老舗通りの懐かしさや楽しさをアピールし、門前町としての雰囲気を打ち出した市「弁天ワッセ」を開催している。昔は大きな賑わいを見せていたが近年は賑わいを失いつつあった「弁財天の縁日」を、弁天ワッセの中でリニューアルし復活させることで、歴史ある商店街としてのイメージを強調している。

また、商店主や地域住民が大蓮寺の門前市である伝統を活かした約 25 の出店をだしている。全ての出店にはそれぞれ「弁天○○市」という名称が付され、来街者を楽しませる仕掛けとなっている。手作り作家による「弁天ものづくりびと市」、弁天通り商店街ならではの味を提供する「弁天うまいもの市」、子供から高齢者まで楽しめる歌謡ショー「弁天ごらく市」など、様々な“市”がバラエティ豊かに並んでいる。

２．「萩原朔太郎」を活かした街おこし

平成 18 年から、青年部が中心となり、「朔太郎コロッケ」「さくたろうそく」など 11 種類の萩原朔太郎生誕 120 年のオリジナル記念グッズを企画・開発・販売している。また、商店街の店舗で「朔太郎のいた風景」という商品展覧会を行なった。さらに、実際に朔太郎が訪れたことのある洋食店では、朔太郎が食べたというメニュー（メンチカレー）も用意されている。

３．商店街及び地域情報の発信

平成 16 年に、弁天の歴史、地域情報や老舗の多い弁天通りの店舗を紹介するガイドブック「２８＋１弁天老舗通り」を製作し、各店舗で配布している。各店舗の紹介ページには、消費者に話しかける一言コメントが掲載され、のんびり会話を楽し

む時間消費型ライフスタイルの提案を行っている。また、弁天界隈のお勧めスポットを紹介する「弁天界隈おすすめスポット紹介」や弁天通りの歴史を紹介する「七夕と弁天通りの人たち」を合わせて掲載することで、弁天通り商店街のファン増加を狙っている。

さらに、平成 18 年には、「NECOMACHI（ねこまち）」という朔太郎グッズを紹介するフリーペーパーを新たに発行した。「NECOMACHI」は、代表作の「青猫」をイメージして全体が構成されており、商店街のどの店舗に行けばどの朔太郎グッズが購入できるかが分かるようになっている。

●実施効果・今後の課題について

弁天ワッセは、予想以上の大きな賑わいをもたらし約１万人の集客につながっている。弁天ワッセには、多くの近隣住民、特に若者が運営に参加する。それをきっかけに商店街と地域の若者の間につながりができ、商店街や商売に興味を持つ若者が増えた。その中で特に商売に興味を持った４人が、実際に空き店舗に出店することになり、現在、それぞれギャラリー、喫茶店、美容院、アート工房を出店している。合わせて、イベントによる活性化の効果もあり、弁天通り商店街での出店希望者が増大し、ほとんどシャッター通り商店街だった２年前から現在は空き店舗なしの状態になっている。商店街の会員が若返り青年部が結成され、商店街内にＩＴに強い店主が増えたため商店街ＨＰ「弁天マルシェ」も立ち上げた。

また、萩原朔太郎グッズの販売は全体的に好調で個店の売上にも貢献している。今後は、朔太郎に関するイベントやグッズのさらなる充実を図りたいと考えている。

「２８＋１弁天老舗通り」、「NECOMACHI」、「弁天マルシェ」によって消費者に対する商店街のコンセプト、イベント、グッズ販売など様々な情報発信ができるようになり、販売促進につながっている。

●利用した助成金制度など

平成 16 年度　群馬県「中心市街地再生実践プラン」（ＰＲ冊子の作成）

●商店街の概要・地図

- 弁天通り商店街振興組合
- 群馬県前橋市千代田町 3-4-7
- 電話：027-231-6751
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 32 店
- http://www.benten-marche.com/

特産品、歴史、伝統など

弁天通り商店街

弁天ワッセ「弁天うまいもの市」の様子

「NECOMACHI」

20　姫路本町68番地商店街（兵庫県姫路市）

●取組みまでの経緯・実施背景

姫路市本町 68 番地地域は、中心市街地の北端に位置し、世界文化遺産である「姫路城」周辺に約 100 の商店が並んでいる。こうした観光上恵まれた立地条件にありながら、老朽化した低層木造建築物が多く、商業者は高齢化し後継者のない者も多い。取り扱う商品は観光客向けではなく地域住民向けの日用品がほとんどで、取り扱っている品目も少ない。そのため、姫路駅周辺の土産物店、近代的な商店や郊外店に顧客を取られている状況にある。商業振興はもとより、防災上、美観上の観点から、早急な対策が必要となっていた。

そのような状況下、平成 13 年 3 月に、商業者を中心とした地域住民が、まちづくり会社を設立して当地域の再開発事業に取り組み始めた。

また、平成 17 年 3 月には、地域特性を活かした商業活性化と観光振興を図ることを目的に“姫路本町 68 番地事業協同組合”を組織した。その最初の事業が、播磨地方の物産を販売するアンテナショップ事業である。

●事業概要（内容）

平成 17 年 10 月、本町商店街内にある空き店舗を改装して、姫路を中心に播磨地方の特産品を集めて販売するアンテナショップ「道満（どうまん）」を設置した。

販売商品は、食料品、工芸品など約 500 品目である。全国的に有名となっている商品はなるべく少なくし、知名度が低く、地域で埋もれているような「こだわりの商品」を発掘して、アンテナショップで紹介することに力を入れている。そうした商品は、組合の役員が中心となって探索して回り、“これは”と思ったものを見つけては、卸してもらえるように交渉を行っている。非常に手間のかかる作業ではあるが、他の特産品販売店では見られないものを多く扱うことで、姫路駅周辺や幹線沿いの土産物店との差別化を図っている。

販売は、若者のアルバイトを雇用し常時 1 名体制をとっている。若い人の感性も取り入れてオリジナルソングをつくって店頭で流すなど、ユニークな“おもてなし”を行っている。

（取扱い商品例）

播磨のかりんとう、もち麦麺、姫路ポッペン、姫路城築城当時の型で作った釘、手づくりの外反母趾用革靴、姫路革工芸、姫路太鼓　など

●実施効果・今後の課題について

地域に埋もれている逸品として、江戸時代から製造している「手づくりかりんとう」を販売したところ、それまで存在を知らなかった地元住民や観光客に非常に好評で、今では店全体の売上の 7 割を占めるまでになっている。土産品として購入して帰り、後日電話で注文を受けることも多い。また、かりんとう目当てに何度も訪

れる顧客は、他の特産品も併せて購入して帰るなど、良い方向に広がってきている。組合役員は、かりんとうに継ぐ第 2 のヒット商品を“発掘”すべく、積極的に播磨各地に足を運んで商品探しを行っている。

今まで、姫路城の近くでありながら地元住民しか通らなかった本町商店街が、アンテナショップの設置をきっかけに新たな人の流れが感じられるようになった。また、特産品の売上という収益効果もあることから、現在、アンテナショップの 2 店舗目のオープン準備を行っている。

また、組合は、アンテナショップをきっかけとして増えた来街者を、既存店へ波及させるような仕組みづくりを検討している。

●利用した助成金制度など

平成 17 年度　経済産業省「中小商業活性化創業等支援事業」

●商店街の概要・地図

- 姫路本町 68 番地事業協同組合
- 兵庫県姫路市本町 68 番地
- 電話：079-281-6385
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 100 店
- http://www.himeji68.jp/

姫路本町 68 番地商店街

アンテナショップ「道満」

売れ筋の“かりんとう”

「地域に貢献する事業に取り組みたい。」

⑧コミュニティビジネス

21　岩内町名店街　（北海道岩内郡岩内町）……43
22　両津夷本町商店街　（新潟県佐渡市）……46
23　岩村田本町商店街　（長野県佐久市）⇒15Ｐをご覧ください。
24　信州新町商店街　（長野県上水内郡信州新町）……48
25　ゆう壱番街商店街　（滋賀県長浜市）……50
26　八島商店街　（京都府舞鶴市）……53
27　福江商店街　（長崎県五島市）……55
28　健軍商店街　（熊本県熊本市）……58

21、60　岩内町名店街（北海道岩内郡岩内町）

●取組みまでの経緯・実施背景

岩内町は、人口 16,386 人の港町で、札幌から車で 2 時間の距離に位置している。近年、人口の流出と高齢化、郊外大型店の出店などの影響を受け、空き店舗が増加してきており環境は厳しい。

こうした環境のなか、平成 10 年頃から商店街の集まりで、「空き店舗が 1 割以上になると商店街の衰退に拍車が掛かる。」という危機感が組合員の間に生まれ、解決策の話し合いを続けてきた。商店街では、これまでも売り出し・イベント等活性化の努力は続けてきたがなかなか効果があがらないため、空き店舗を活用し、新しい協働事業ができないものかと考えるようになった。

●事業概要（内容）

1．空き店舗を活用した協同事業

平成 16 年 7 月、約 27 坪の空き店舗を改装し、地域と道内の特産品販売や、観光客や地元買い物客が交流できる場としてコミュニティスペース「いわない楽座」を整備し、各種の事業を実施した。平成 18 年 6 月には、約 60 坪の店舗に移転・拡張を行なった。拡張後は、従来の特産品の委託販売だけでなく、特にオリジナル商品の開発、販売を行なうなどより一層の売上げの拡大を図っている。

（1）コミュニティビジネス

①特産品の販売

岩内町の名産品、商店街の隠れた逸品を紹介、販売する。（水産加工品、乾物、乳製品、菓子類等）特産品を扱う事業者、農家、漁業者等に販売場所を無償貸与し、特産品を紹介、販売をする。（蘭越無農薬野菜、富良野産チーズ、ジャム他、桧山産羊羹、天然蜂蜜等）また、最近では岩内海洋深層水のアンテナショップを始め、飲料水の他、深層水使用のパンと野菜（トマト、イチゴ、キャベツ、ダイコン、キュウリ他）を販売している。

②オリジナル商品の開発・販売

地元以外の購買層を拡大する取組みとして、観光協会とタイアップして商店街のキャラクター「たら丸」グッズを開発、販売している。（携帯ストラップ、T シャツ、絵ハガキ、シール等）また、商店街オリジナル商品（おせんべい等）も開発、販売している。近隣のキャンプ場、ホテル、道の駅でオリジナル商品の販売を委託している。

③ボックス・フリーマーケット（フリーマーケットの店内常設）の設置

商品を陳列する棚ボックス（縦 50cm×横 1 m）を 16 個用意しており、地域住民が手作り工芸品等を販売するのに利用している。1 ヶ月 1,000 円の管理料と 5%の販売手数料を支払うことで誰でも出品することができる。

(2) コミュニティスペースの設置

買い物途中に立ち寄って休憩できる無料休憩所を設置し、「いわない楽座」内で販売している食べ物等を飲食することもできるようになっている。無料展示スペースでは、フラワー教室等を開催している。また、パソコンを設置し、来店者に気軽にインターネットで商品情報等を検索できるようにした。

2．ポイントカード事業

「たら丸ポイントカード」は、大型量販店のポイントカードと比較して価格の高い商品と交換できるのが特徴である。通常の交換商品は、各個店の商品であると 500 円分だが、コミュニティスペース「いわない楽座」内にも商品交換所を設けており、同所では 800 円から 1000 円程度の商品と交換できるようになっている。また、通常のポイントカードの交換に加えて、予め申請のあった岩内西小学校音楽クラブ、岩内ファイターズ野球スポーツ少年団等、教育関係団体に満点になったカード 50 枚分のポイント（1,500 円）が寄付される仕組みを構築している。子供を持つ母親等にもポイントカードを利用してもらいたいということから始めたもので、会員の増加につながっている。

その他、毎月異なる交換イベントを実施しており、温泉入浴券、ボーリング券、お米交換券、クリスマスケーキ券、旅行券等のイベント商品と交換ができるようになっている。

●実施効果・今後の課題について

平成 16 年から開設された「いわない楽座」によって、来街者の情報が商店街スタッフとのコミュニケーションで集約されるため、様々な消費者の情報、ニーズが的確に把握できるようになり、イベントや販促事業に活かされている。平成 16 年度の月額売上高平均は約 65 万円、平成 17 年度が約 80 万円、新店舗に移転後の平成 18 年度は約 170 万円になっている。これは、たら丸グッズ等、オリジナル商品の販売が大きく寄与している。また、店舗売上げの他に、キャンプ場、道の駅での委託販売による売上げが、平成 18 年度の 7 月～9 月で 225 万円となり、今後にも期待ができる状況となっている。

「たら丸ポイントカード」は、ほとんどの住民が利用するまでになり、商品交換による満点カード回収枚数は、月平均 2,600 枚で、80％以上の回収率になっている。また、毎月異なる交換イベントを実施することで、顧客の囲い込みが充分できるようになった。消費者ニーズを把握し、商品構成にも反映することができる。満点カードの教育支援は 45％の回収率になっており、ポイントカード利用の相乗効果になっている。以前から消費者の要望が強かった常設ポイントカード交換所を「いわない楽座」に設置したことにより、顧客をさらに呼び込むことに成功している。

●利用した助成金制度など

平成 16 年度　経済産業省「商店街等活性化事業」
平成 18 年度　経済産業省「少子高齢化等対応中小商業活性化事業」

●商店街の概要・地図

- 岩内町名店街協同組合
- 北海道岩内郡岩内町字高台 81-1
- 電話：0135-62-2525
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：64 店
- http://www002.upp.so-net.ne.jp/taramaru/rakuza/

いわない楽座

満点カードの景品

特産品の販売

22　両津夷本町商店街（新潟県佐渡市）

●取組みまでの経緯・実施背景

新潟県佐渡市の人口は約 67,000 人である。その内、両津夷本町商店街のある旧両津市周辺は、約 16,000 の人口を抱えている。かつては、フェリーの発着所が商店街のすぐ近くにあり観光客、地元住民で賑わっていたが、近年は、観光客数がピーク時の半数に激減し島の経済は衰退している。約 200 メートルある商店街も当然その影響を受け、さらに、高齢化と後継者問題を抱え商店は廃業を余儀なくされ、空き店舗問題は深刻化している。10 年前に 90 店あった店舗が、今は 75 店舗になっている。

平成 10 年頃から、近郊の住民が商店街の駐車場を使って、毎週土曜日に、地元の野菜や生花、漬物などの露天が並ぶ定期市「ふれあい市場」が開催されていた。当初は、10 店舗位の市場であったが回を重ねていくうちに、地元住民、商店街の人たちに喜ばれ固定客がつくようになった。露天の駐車場のため、1 年を通して営業ができないかと話し合っていたところ、フェリーの発着所が移転したことにより、商店街の中でも一番閑散としている地域の空き店舗に、月額 1 万円で、店舗スペースを確保することができたことから、「うまいもんや」が誕生した。

●事業概要（内容）

「ふれあい市場」は市場に出店していた者の参加を得て、商店街の店舗で営業する「うまいもんや」に生まれ変わった。設立当初の登録出店者は、近隣農家と漁業関係者の主婦 25 名位でスタートしたが、現在は 53 名に増えている。一定条件（出品品目、売上げの 10%の出品料）を満たし、商店街の審査を通れば誰でも参加ができるようになっている。

当初、営業時間は週 3 日の午前中としていたが、現在は、毎日朝 9 時から夕方 4 時位まで営業している。販売は出店者が持ち回りで店番を担当することになっている。

売上げは順調であるが、特に地域の農村、漁村の奥さんグループが佐渡市の「両津特産品開発加工センター」を利用して商品開発の勉強会を始め、「さざえご飯の素」「たけのこご飯の素」等オリジナル商品を開発し、販売を始めたことや、出店者が地元住民や観光客のリクエストを受けると、翌日には商品が店頭に並ぶ等、臨機応変に対応していることが大きい。

商品の持ち込みは出店者の自由で、地元で採れた農作物、惣菜、魚の加工品のほか、手芸品、雑貨類等も販売されている。特に最近では、自宅の庭などで家庭用に作っていた農作物や、手づくりの缶詰等の加工品を販売する出店者も多い。商品単価は平均 200 円位で、できるだけ消費者が買いやすいように設定されている。

●実施効果・今後の課題について

平成 16 年 7 月から平成 17 年 4 月の販売実績は約 450 万円→平成 17 年 5 月から平成 18 年 4 月までが約 600 万円→平成 18 年 5 月から平成 19 年 4 月までの販売実績予想は約 1200 万円となっている。

「うまいもんや」ができたことにより、商店街で一番閑散としていた地域に人の流れが生まれ、来街者が増え滞留時間も延びた。今後は、コミュニティビジネスとして、より一層商店街の活性化に役立ことが期待される。地域住民は、手作りで比較的安価な買物ができ、同時に出店者は、商店街の中で安定した商品販売が可能になっている。

●利用した助成金制度など

平成 16 年度　新潟県「平成 16 年度未来を拓け！21 世紀型商店街創出支援事業補助金」

●商店街の概要

- 両津夷本町商店街協同組合
- 新潟県佐渡市両津夷 182 番地 1
- 電話：0259-27-5128
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 75 店
- http://www.niigata-e.net/html/2191A089.html

「うまいもんや」外観

「うまいもんや」内部の様子

24　信州新町商店街（長野県上水内郡信州新町）

●取組みまでの経緯・実施背景

信州新町は、長野県の北部中央に位置し、犀川の中流に広がる谷あいにある町で、かつては、長野と松本を結ぶ運河の中継地として隆盛を極めていた。

しかし、時代の変遷とともに、長野市等の都市部への人口流出、「ＪＡながの」をはじめとする公共施設の移転等の影響から過疎化が進行している。

また、少子高齢化の波を受け、商店数も昭和 57 年の 148 店舗から平成 16 年には 89 店舗に減少（信州新町役場ＨＰより）、中心市街地は衰退の一途を辿り、既存商店街も後継者がなく、年々空き店舗も増加しており活気が失われつつあった。

そのような背景のなか商店街では有志がスーパーの駐車場を利用して月１回「朝市の会」を開催していた。その参加メンバーの話し合いで、これまで町内で行われていた冠婚葬祭が、高齢化の余波で式を取り仕切る人がいなくなり、町内で行われなくなったことにより、結果として、町内の消費を流出させているのではないかとの意見が出された。地元商店街で調達されていた納入品（仕出し、引き物、生花等）が減少しており、町全体から活力を失わせる一つの要因になっているという指摘であった。

一方、町の中心部には、200 名収容可能なアクアホール（水防会館兼商工会館の２Ｆ）が有効活用されず、月数回の利用に止まっていた。この場所を有効に活用し、商店街の売上に効果のある事業を行うこと、コミュニティを強化し伝統文化を継承することを掲げ、冠婚葬祭事業を実施することとなった。

●事業概要（内容）

平成 14 年５月に、商店街の復活を目指して「朝市の会」などの活動を取り組んでいた商店街の若手メンバー9 名が、地域の伝統、しきたりに関する知識を年長者等から受け継ぎ、子供たちに文化やしきたりを継承するとともに、町のコミュニティを高め、地域のセレモニーを自分たちで支援するため「セレモニーふるさと」（当初は任意団体、平成 16 年１月ＮＰＯ法人）を立ち上げた。

当初は、ＰＴＡ等のパーティーなどを請け負いながら、民間葬儀場等の専門業者の運営方法等のノウハウを蓄積し、同年９月に第１号となる葬儀を引き受け本格的に事業を開始した。

現在、町で実施される葬儀（含む法事）の 50％は、当法人で請け負っているほか、公共団体やＰＴＡの式典などのイベントや、合同金婚式等の事業を実施している。平成 17 年度は約１億の売上、平成 18 年度は１億３千万（見込）を達成した。事業別には葬儀（法事を含む）90％、その他 10％の割合となっている。また、仕入れの 75％は地元商店街から調達しているほか、葬儀等には町内会の主婦をパートで雇用するなど、域内循環経済を心がけて事業を行っている。

●実施効果・今後の課題について

商店街は「引き物」に係る住民要望に応えるため、和菓子屋が新商品を開発し、豆腐屋が「お茶」を取扱うことにしたほか、本屋が「ギフトショップ」の取り扱いを開始しており、商店街全体に相乗効果が出始めている。町の物産振興の観点からも、信州新町の物産での引き物の商品開発などの検討を行っている。

また、メンバーの中から厚生労働省認定の「葬祭ディレクター」の有資格者もでて、地域の伝統に根ざした、より質の高いサービスの提供にも取組んでおり、コミュニティビジネスとしての発展が期待されている。

今後はお年寄りからのニーズに応え、高齢者世帯への弁当、惣菜等を宅配するサービス事業を開始し、地域経済の活性化を目指している。

●商店街の概要・地図

- 特定非営利活動法人　ふるさと
- 法人設立　平成 16 年 1 月 21 日
- 長野県上水内郡信州新町 31 番地 2
- 電話：026-262-2117

●取組み事業等の写真

水防会館兼商工会館

合同金婚式の様子

25、48　ゆう壱番街商店街（滋賀県長浜市）

●取組みまでの経緯・実施背景

長浜市は、滋賀県の東北部、琵琶湖の北東に位置し、長浜城を中心とした城下町、門前町として栄えた。しかし、大型店の郊外進出等により、中心地の衰退がみられるようになり、中心商店街のひとつであるゆう壱番街商店街でも空き店舗が増加した。ゆう壱番街商店街は、地域住民の買い物の場という色が強いことから、地域住民との関係強化による活性化を模索していたところ、高齢者から「元気なうちは働きたい」という要望を聞き、その声に応え空き店舗を活用したショップ「プラチナプラザ」の経営を行うこととなった。

また、長浜市では、400 年以上の伝統を持つ「長浜曳山まつり」が行われる。ゆう壱番街商店街の会員も長浜曳山まつりに参加することが多く、歌舞伎の振り付けや三味線に精通する者もいる。そこで、地域住民との交流を深めながら長浜の文化を保存することを目的に、平成９年から、地域住民と商店街の共同による素人歌舞伎「長濱ゆう歌舞伎」を開催することとなった。

●事業概要（内容）

１．高齢者の働く場「プラチナプラザ」

（1）事業概要

「プラチナ」は一般的に高齢者を指す「シルバー」よりも光り輝くという意味で、意欲的な高齢者達が小売店舗を自主運営する。事業方針は、「自立と継続」である。プラチナプラザの参加者を運営会員と呼び、会員は５万円の出資をして経営意識をもって事業に参加する。設立時には 50 人の運営会員が集まり、出資資金は店舗の開設費や運営費にあてられた。商店街は経営会員としてプラチナプラザに対して、経営ノウハウを指導するなど、経営面からのサポートを行っている。同事業では、店舗運営はあくまで高齢者が主体で、商店街はバックアップする立場であることを強調している。高齢者が自主的に事業を行うことで自立につながり、積極的に店舗運営を行うことで中心市街地の活性化につなげることが狙いである。

（2）店舗概要

プラチナプラザは、全部で４店舗である。空き店舗を商店街と高齢者などで組織する「プラチナプラザ会」が借り上げて店舗として整備した。各店舗は独立採算制であり、事業利益が運営会員に報酬として分配される。よって、各店舗の利益額の大きさによって運営会員の時給が変わるシステムになっている。成果主義的経営を導入することで、運営会員のモチベーションアップにつなげている。時給には上限があり、それを超えた分は４店舗共通の共益費として活用される。

プラチナプラザ４店舗の概要は次のようになっている。

①野菜工房

近隣の農家で作られた野菜や加工食品の販売を行う。農家が実際に食べている無農薬野菜を提供しており、安全、安心、生産者の見える野菜販売と好評である。40 軒の農家をグループ化して、その生産グループから野菜を購入している。プラチナプラザ会と生産者が共同で生産スケジュールの作成や研究会の開催を行っている。また、長浜農業高校からの要請で、高校生が作ったケチャップやジュースも販売している。

②おかず工房

惣菜の販売や簡単な食事ができる工房である。メニューは、煮物が中心である。煮物は、家庭で少しだけ作ることが難しい料理なので、一人暮らしの高齢者のニーズに応えている。野菜工房で販売している野菜を活用することで、安心、安全な惣菜として野菜工房との相乗効果を図っている。

③リサイクル工房

衣服や家具のリサイクル販売を行う。年会費 1,200 円で募集した会員の提供品を委託販売する。売価の 50%が手数料となっている。

④井戸端道場

喫茶が主だが、趣味の会や展示会の会場ともなる交流スペースとなっている。長浜の観光、イベント情報の提供なども行っている。

2.「長濱ゆう歌舞伎」

ゆう壱番街商店街が、中心地におけるコミュニティ再生を目的に、地域で親しまれている伝統“歌舞伎”を活用して地域交流を図っている。本来、歌舞伎は男性のみで演じられるが、長濱ゆう歌舞伎では老若男女だれでもが参加できることが特長で、商店街が幅広い層の地域住民と交流を深められるようになっている。公募で集まった住民が歌舞伎を演じており、商店街は演出指導を含め裏方としての役割に徹している。また、役者希望以外の地域住民は商店街メンバーとともに裏方を支えており、総勢 50 人以上が集まり長濱ゆう歌舞伎に参加している。

初回公演は、商店街の空き店舗を借りて行った。１回目の公演が好評だったので、２回目以降は出演者も裏方スタッフも増え、会場も長浜文化芸術会館など広い会場を借りるようになった。以降は、空き店舗と大会場を並行して公演を行なっている。平成 18 年の公演で 10 回目となり、地域の新しい文化、長浜の秋の恒例行事として定着してきた。

長濱ゆう歌舞伎が始まって３年間は補助金を活用して事業を行っていたが、４年目からは事業運営費は入場券収入や組合費、そして地域の方からの寄付金で賄われている。長濱ゆう歌舞伎の存在が各方面で大きく取り上げられてきているため、長濱ゆう歌舞伎を応援しようという支援者が増えてきている。

●実施効果・今後の課題について

プラチナプラザ４店舗の売上は順調に推移し、合計年間約 4,500 万円にもなっている。現在でも売上は微増している。人件費を売上と利益にリンクさせることで赤

字の出にくい構造になっており、現在は補助金を活用せず店舗運営ができている。高齢者が生き生き働ける場所ができ、地域の高齢者支援にもつながっている。そして、商店街と高齢者が交流する場ができ、地域の高齢者が商店街に足を運ぶようになった。今後は、地域として元気のある高齢者が、体が不自由な高齢者をサポートしていく体制を作り上げたいと考えている。

歌舞伎の練習は年間 40～50 回行われており、それが商店街会員同士や地域住民とのコミュニケーションにつながっている。商店街の各店舗で長濱ゆう歌舞伎の入場券を販売しているが、歌舞伎が地域に浸透していることから、各店舗で販売促進の手段としても活用されている。

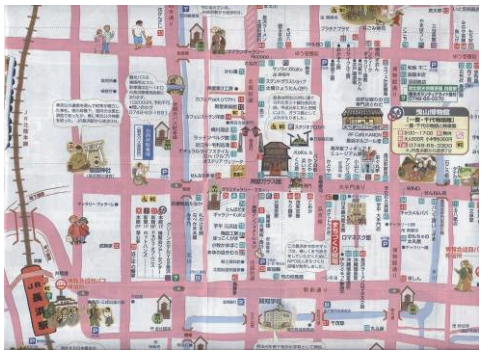
２つの商店街事業によって、地域住民との交流が深まり、ゆう壱番街商店街のファンが着実に増加している。商店街の個店の売上げ増加にもつながった。商店街の魅力が向上したため、空き店舗への新規出店が多くなり、以前に比べ空き店舗が減少した。また、通行量調査を行なったところ、以前の２割以上の通行量増加が見られた。

●利用した助成金制度など

平成９年度　滋賀県・長浜市「商店街基盤整備事業」
平成９～11 年度　滋賀県「中小商業活性化助成金（特定継続事業）」

●商店街の概要・地図

- ゆう壱番街商店街振興組合
- 滋賀県長浜市高田町 10-1
  （長浜商工会議所内）
- 電話：0749-62-3776
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：37 店



ゆう壱番街商店街

プラチナプラザ「野菜工房」

長濱ゆう歌舞伎

26　八島商店街（京都府舞鶴市）

●取組みまでの経緯・実施背景

京都府の北部に位置する舞鶴市の人口は約 91,000 人で、近年は微減傾向にある。舞鶴市は、城下町の面影の残る西舞鶴と軍港都市として発展してきた東舞鶴地区からなっている。その中で、全長 300 メートルの八島商店街は、三条商店街、七条商店街、大門商店街と共に東舞鶴の中心商店街であり、かつて隆盛を極めたものの、11 年前の大型店の東舞鶴駅反対側への出店・増床や、相次ぐショッピングセンターの郊外出店を契機に、徐々に客足が遠のき空き店舗が増えていった。特に、生鮮三品を取り扱う店が撤退していく中で、近隣型商店街としての存立意義が問われていた。

このような背景のもと、当商店街では、空き店舗を活用し、近隣スーパーよりも安価で新鮮な生鮮商品を提供する「産直マート」、不用になった衣料品等を中心に委託販売を行う「八島バザール SHOP」、料理好きな主婦や学生が日替わりでランチを提供する「八島いっぷく亭」により活性化を図っている。

●事業概要（内容）

1．産直マート

舞鶴ＴＭＯが、空き店舗となった店の活用について企画を立案し、商店街が平成 15 年から運営を始めたのが、近郊の農業者や漁業者等からの委託販売の場を提供する「産直マート」である。商店街の組合員には、農業者等を広く知る者もおり、多くの委託利用者を集めることができた。「安く良質の商品を豊富に提供する」ことに努めており、一日平均の客数は 100 人、多い時で 150 人となっている。固定客が 7 割以上を占め、主婦以外にも飲食店業者が利用し、安定した売上げを維持している。約 20 坪の売場には、旬の野菜、果物、海産物以外にもパン、焼き菓子等の日配品、雑貨なども並び、金曜日の午前中は、鮮魚や加工品の売出しがあり黒山の人だかりとなる。

2．八島バザール SHOP

10 年以上前に、組合員達が商店街にある店舗を借り上げ、衣料、雑貨、金物などの自分達の商品を販売していたのが前身である。その後、店舗を移転・改装し、更に、市民にも商品の委託販売のチャンスを提供していったところ、市民間の口コミにより、不用になったものを持ち込む者が徐々に増えていった。フリーマーケットの要素が強いが、現在は、婦人、子供衣料、雑貨を中心に男性衣料や各種生活用品も揃えている。商店街のチラシや、街区で流すＢＧＭでＰＲするなどの効果もあり、一日 60～70 人程の利用者があり、特に子供連れの母親達で賑わっている。

3．日替わりシェフの店「八島いっぷく亭」

平成 15 年より、商店街の「八島おかみさん会」が企画・運営している。シェフが日替わりで交代する「ワンデイシェフシステム」を採用している。メニューは、日替わりのランチ一品のみであるが、地物の魚介や自家栽培の新鮮な野菜を使い、他

の飲食店にはないメニューを提供している。また、「肉じゃが発祥の地舞鶴」として、29 日には「元祖肉じゃが」を提供している。店名は、憩いの場を提供したいとの考えから「いっぷく亭」との命名になった。ネットでメニューを公開しており、一日 20 人以上が来店し、遠方からわざわざ訪れる者も少なくない。

●実施効果・今後の課題について

「産直センター」は、地域住民に深く認識されており、吸引効果により周辺の商店の売上げにも貢献している。また、経営的にも黒字を維持している。但し、最近、周辺地域で同様の事業が開始されたこともあり、当センターの更なる魅力作りを模索中である。「八島バザール SHOP」は、商店街の組合事業としては黒字にはなっていないものの、集客には大いに貢献している。今後は、組合でアウトレット商品を充実させるなど新たな展開を予定している。「八島いっぷく亭」も集客効果に一役買っている。当店の開設には、シェフ達がここでお客さんを掴み、将来独立してもらいたいという想いもある。ここで商売としての料理と経営を学び、商店街の空き店舗を活用してもらえれば、商店街にとってもなお喜ばしいことである。

本組合は、理事長を筆頭に役員は 40～50 代と比較的若く、上記事業やイベント等の事業についても積極的なアイデアが寄せられている。しかし、商店街としては、組合員の減少は大きな課題である。今後商店街としては、高齢者と子供を対象とした取組みを行っていく予定である。

●利用した助成金制度など

平成 17 年度　京都府「意欲的商業者グループ支援事業（魅力ある店舗づくり事業）」

●商店街の概要・地図

- 八島商店街商業協同組合
- 京都府舞鶴市八島四条字浜 615 番地
- 電話：0773-62-5533
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：約 50 店

「東舞鶴商店街連盟れんがくらぶ」より

八島商店街

産直マート

八島バザール SHOP

27　福江商店街（長崎県五島市）

新栄町通り商店街
平和通り商店会
池田町通り商店会
江川町通り商店会
寿通り商店会
さかや通り商店会
本町通り名店街
錦町通り商店会
開田町通り商店会
錦町通り商店会
南寿通り商店会

●取組みまでの経緯・実施背景

福江商店街連盟は、旧福江市の 11 商店街、約 270 店舗からなっており、下五島の中心商業地域として栄えてきた。しかしながら、近年、相次ぐ島外資本による郊外店の進出、病院の郊外移転等の環境変化により、厳しい状況が続いていた。平成 12 年に、旧福江市が「ふくえ TMO」を設置し、各種対策事業が計画された。その 1 つが巡回バス事業で、当初は、他所に多く見られる TMO 主体の補助を活用した「100 円バス実験事業」が想定されていた。

商業者を含めたワーキング委員会を設け、慣れない交通行政用語に苦労しながら、バス運行の事業化に向けて準備を進めるうち、いくつもの“制約”の存在が足かせとなることに気付いた。それは、実施期間の制約、運行ルートの制約（既存のバス事業者の路線は極力避ける）、料金の制約、運行委託業者の制約（1 社に指定する）等である。加えて、市町村合併が目前になり、あてにしていた予算確保が難しくなった。

そこで、ＴＭＯから商店街連盟に主体を移し、商店街の力で巡回バス事業の実現を目指すこととなった。連盟メンバーの中から立場や肩書きを取り払って、新たに、事業の実行部隊「福江中心商店街巡回バス運行委員会」を編成した。そして、“商店街の来店客を増やす”という直接的なものではなく、“地域住民の交通利便性の向上”を目指すコミュニティビジネスへ発展させた。平成 15 年 8 月、ようやく試行運転がスタートでき、試行錯誤の後、メンバーの商店主らと 1 人の商工会議所担当職員による「福江商店街巡回バス・ビジネスモデル」を生み出すこととなった。

●事業概要（内容）

1．巡回バスの運行概要

巡回バスは 4 コース、1 日合計 15 便の運行である。巡回バスの運行コースは全て商店街中心部の共同駐車場が基点になっており 1 コース約 20 分で巡回している。バス停は設けず、コースのどこでも自由に乗降でき、料金は 1 回大人 200 円、子供 100 円である。商店での買い物客に配布している無料駐車券をバス料金（1 枚 50 円分）として利用可能である。運行委託は、地域のタクシー業者の全 4 社と提携し、月毎の交替制になっている。

コース設定は、商店街の後背地にある交通空白地域、特に道幅が狭く急な坂が続く住宅街などを、委員会メンバーとタクシー業者で試験走行を繰り返して設定した。一人で町まで出かけるのが困難な高齢者、体の不自由な者が利用しやすいように、病院、公共施設を経由させ、夏季は夏休みの子供が利用できるようプールを経由させている。

2．運転資金集め

運転資金は、商店街の出資、各種地元団体からの寄付、市の補助だけでは当然不足する。そこで、運行委員会のメンバーが、“収益事業”による資金集めと、“乗車数の増加”による運行収入増を図ることの 2 本立ての仕組みを作り上げた。

“収益事業”としては、車体の有料広告、資金集めバザー、空き缶・ダンボール回収、フリーマーケット等を実施している。また、平成 17 年度からは、巡回バスの利用者に「生ゴミ処理機」の利用を推進している。出来た堆肥を回収して商店街が運営する市民農園で利用する。収穫した野菜は商店街のスーパーで販売して、利益を運行資金に充当する「エコプロジェクト」を展開している。“乗車数の増加”策として、卵のつかみ取り、祭りの日は無料か半額、夏休みは子供半額、商店街連盟での売り出し等がある。18 年度は、防犯活動として「子供駆け込みバス」を始めた。不信人物を見かけたり何かトラブルがあった時に、バスを見かけたらいつでも逃げ込むように、というもので、小学校を訪問して説明会を開いている。商店街とコミュニティ事業について、子供達に知ってもらう良い機会となっている。

●実施効果・今後の課題について

運転資金作りの様々な仕掛けを行いながら順調に利用者を増やし、運行開始後 3 年間で利用者はのべ、5 万人に達した。旧福江市の人口は約 2 万 7 千人ということを見ても、かなり浸透し、地域に無くてはならい存在となっていることが分かる。

利用者の 95%は 65 歳以上の女性で、一人で街なかへ出かけることが困難で家に引きこもりがちだった高齢者である。買い物目的の利用はもちろん、病院や郵便局等の用を済ませ、帰りのバスまでの間に商店で買い物をするなど、買い物袋を提げて帰宅する人が非常に多い。中心商店街を利用すれば自宅の近くまでバスで荷物を運べることから、野菜等を買い込む姿も見られる。定期的に実施している利用者アンケートでも、「買い物」を目的に利用する人が増えてきており、「気軽に街中での買い物を楽しめることが嬉しい」と感謝の言葉が多く寄せられている。

●利用した助成金制度など

平成 17 年度（財）九州地域産業活性化センター
「コミュニティビジネス事業化支援事業」

●商店街の概要・地図

- 福江商店街連盟
- 長崎県五島市末広町 8-4
- 電話：0959-72-3108
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 270 店
- http://www.egoto.jp/prox01/

新栄町商店街

巡回バス（駐車場にて）

エコプロジェクトの収穫祭

28　健軍商店街（熊本県熊本市）

●取組みまでの経緯・実施背景

健軍商店街（通称ピアクレス）は、熊本市中心部から市電で約 25 分の位置にある。人口増加とともに食料品、生活用品販売店を中心とした地域の商店街として発展してきた。しかしながら、近年、周辺の大型スーパー、ディスカウント店の進出により、商店街に空き店舗が目立ち始めた。核店舗の食品スーパーが健闘しているが、食料品店の数は減少した。また、地域の高齢化が進み、商店街を訪れる人も高齢者の割合が非常に多くなった。

そこで、平成 11 年より、地域の生活者のニーズに応える、やさしい街づくりを目指すこととしている。その一環として、平成 14 年 1 月より、高齢者、障がい者を含め誰もが利用しやすい商店街とするための「いきいきショッピング事業」を実施している。そして平成 17 年 10 月より、空き店舗解消と、消費者の要望の多い県内産の食品の販売店設置を目的に、「ふるさとショップまちの駅事業」を展開している。

いずれの事業も、最初の 2 年はコミュニティビジネスとして商店街が主体となって実施し、ある程度軌道に乗せたところで、運営全般を他に引き継ぐことで、事業継続を可能としている。

●事業概要（内容）

1．「いきいきショッピング事業」の概要

商店街内の空き店舗を活動拠点として、商店街での買い物のサポートと、重い荷物を運べない者のために宅配事業を実施している。平成 14 年 1 月～平成 15 年 3 月までは、商店街主体で実施していたが、平成 16 年 4 月からは、提携していたタクシー業者が、直接空き店舗を借り受け、事業を引き続き実施している。

（1）商店街での買い物サポート

高齢者、障がい者、小さな子供を連れた者が買い物をしやすいように電動スクーター、買い物カート、ベビーカーの無料貸し出しを行う。

（2）宅配事業“らくらくお買い物システム”

車を利用しない買い物客の要望に応え、荷物の宅配を実施している。地元のタクシー業者の協力を仰いで、2 メーター程度の範囲を対象に、商品を自宅に届ける。料金は 1 回 300 円で、うち利用者負担 100 円、商店街負担 200 円で実施した。タクシー業者に引き継いだ平成 16 年 4 月以降は、利用者負担 200 円、商店街負担 100 円とし、商店街の負担を減らしている。

2．「ふるさとショップまちの駅事業」の概要

消費者アンケートを実施した際に、「県内産の食料品・特産品を購入できる店が欲しい」という要望が寄せられていた。商店街の食料品店が減少していた状況も踏まえ、平成 17 年 10 月に、空き店舗を活用して「まちの駅」を設置した。商店街が無料で場所を貸し出し、商品は、各地の特産品等のメーカーや販売業者等が持ち込みイベント的に販売する。出店費は不要であるが、商品の搬送や販売に要する費用と

手間から、遠方からの出店参加がなかなか難しかったことで、3～4 日間の短期出店が多く、催しの無い休業日が度々できてしまった。しかし、開催時は多くの集客があり、売れ行きも好調で買い物客の評判は非常に良かった。

常時営業を模索していたところ、特産品の販路拡大と商業者支援に取り組んでいた熊本県商工会連合会の協力を得られることとなった。同会が、平成 18 年 7 月から、各商工会に呼びかけて、野菜、果物、惣菜、菓子等の特産品を集め、月曜日から土曜日（10 時～18 時まで）の営業を開始した。1 日 7～8 万円の売上予算を組んでいたが、平均 15 万円、多い日は 20 万円の売上があった。平成 19 年 3 月からは、商工会連合会の青年部の有志が出資する“ふるさとショップまちの駅”として運営を引き継ぎ、家賃を支払って自主運営している。

●実施効果・今後の課題について

商店街が管理していた平成 16 年度のタクシー宅配の実績は、約 700 件と予想を上回った。また、買い物を終え宅配受付所からタクシーで帰宅する顧客も多かった。利用者からは、買い物の量が増加したとの声も多く、売上に貢献しているといえる。また、空き店舗に設置した「ふるさとショップまちの駅」は、特に高齢者に喜ばれ、売上も好調である。食料品販売店ということで、日常的な商店街の集客につながっている。

これら 2 つの事業は、地域の生活者、高齢者が求めていることに応えるとともに、タクシー業者、特産物製造、販売業者など協力者の利益に貢献している。結果的に商店街の負担を減らすと同時に、商店街の集客につながっている。

●利用した助成金制度など

平成 17 年熊本県「地域との連携による商店街魅力創造事業」

●商店街の概要・地図

- 健軍商店街振興組合
- 熊本県熊本市若葉 1-35-18
- 電話：096-368-7312
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：61 店
- http://www1.ocn.ne.jp/~kengun/index.html

健軍商店街

「まちの駅」外観

タクシー宅配の様子

「地域の人々が安心して集うことができる商店街にしたい。」

⑨エコロジー活動

29　茅ヶ崎市商店会　（神奈川県茅ヶ崎市）……61

⑩環境・景観整備

30　置戸町大通り商店街　（北海道常呂郡置戸町）……64

31　鶴岡山王商店街　（山形県鶴岡市）……66

32　馬車道商店街　（神奈川県横浜市中区）……68

33　多賀門前町商店街　（滋賀県犬上郡多賀町）……71

34　石橋商店街　（大阪府池田市）……73

35　神戸元町１番街商店街、元町三、四、五、六丁目商店街　（兵庫県神戸市中央区）……76

36　新町商店街　（岡山県真庭市）……79

37　大分市中心部商店街　（大分県大分市）……81

⑪防犯

38　明大前商店街　（東京都世田谷区）……84

39　森小路京かい道商店街　（大阪府大阪市旭区）……86

29　茅ヶ崎市商店会（神奈川県茅ヶ崎市）

ラチエン通り商店会
南駅前商店会
東海岸本通会
海岸通り商盛会
西浜サービス会
左富士通り商店会
茅ヶ崎元町商店会
㈳茅ヶ崎つるみね商店会
鶴が台名店街
高田商店会
㈳ちがさき山の手四つ葉会
一中通り商店会
サザン通り商店会
南本通り商店会
南口一番街商店街
浜見平商店会
博進会
茅ヶ崎銀座商興会
鶴嶺地区商店会
鶴が台中央商店会
茅ヶ崎中央商店会
香川商興会

●取組みまでの経緯・実施背景

茅ヶ崎市は、神奈川県の中南部、東京から約 50 キロに位置している。東京、横浜への交通の利便性や恵まれた自然環境を背景に急激な都市化が進み、人口は約 23 万人である。平成 11 年、大店法の改正前のジャスコの出店を契機に、市内 22 の商店街からなる商店会連合会（以下商連）と市民団体が反対運動で結束し、茅ヶ崎の街づくりに真剣に取り組むようになった。そのなかで「エコ・シティ茅ヶ崎をめざします」というコンセプトが定められ、平成 13 年から、「茅ヶ崎リターナブルワイン」と「自転車のまち茅ヶ崎」に係る事業を行うことになった。

●事業概要（内容）

1、「茅ヶ崎リターナブルワイン」事業

現在、市場で出回っている酒造メーカーの製品は、輸送や製造コストの安い缶を利用することが多く、二酸化炭素の排出がびん等と比べて多いことから地球温暖化の原因になっているといわれている。そこで、平成 13 年から、商連、酒販組合と環境市民団体では、茅ヶ崎のごみを減らすということも含め、繰り返し使用できるリターナブルのびん回収システムを取り入れた「茅ヶ崎リターナブルワイン」の企画製造を行うこととなった。生産メーカーを探し、販売、消費、廃棄の全過程で環境に優しいワイン（1 本 1, 155 円）が誕生した。地元の酒店にびんを返却すると、50 円が消費者に払い戻しされるシステムになっている。

2、潮風を感じて走る自転車のまち茅ヶ崎

環境にやさしいエコ・シティ茅ヶ崎をめざして、商連が自転車商組合、慶応大学サイクル K、宮田工業㈱、ほっと茅ヶ崎準備室等と「サイクルライフ研究委員会」を設置し、自転車が利用しやすいまちづくりに取り組んだ。

・自転車で利用しやすい商店街を目指し、それぞれの店舗が軒先のスペースを駐輪場として開放している。平成 18 年現在で 17 店舗が実施している。
・レンタサイクル事業は、平成 13 年に、商店街で借りられるレンタサイクルを 6 台用意して始めたものである。現在は 55 台まで増えており、主に買物に利用されている。一回の利用料は 100 円である。
・年 2 回の潮風散歩ツーリングは、商店街のイベントとあわせて実施している。商店街への理解を深めてもらうことも趣旨の一つである。
・平成 16 年に行った市民アンケート結果を基に、高価（約 4 万円）ではあるが丈夫でメンテナンスの保証が付いた、環境に優しい一生使える自転車の企画・製作を立案した。地元の宮田工業㈱が製造した、「made in chigasaki 自転車」という茅ヶ崎の自転車屋で、生涯点検が保証されたシリアルナンバー付き自転車である。現在までに 380 台が販売されている。

3、マイバックの推進

平成 14 年に、商連が全市で一斉に「マイバックデイ」を行なった。翌年これをきっかけに、商連が呼びかけ、「エコ・シティ茅ヶ崎マイバック推進会議」を立ち上げた。現在は、毎月 5, 15, 25 日に自分のバックを持参する「マイバックデイ」を実施している。レジ袋辞退者は、多い店で 1 日 60 人以上になっている。また、平成 17 年から、商店や商店街イベントで回収した不要な傘から、障がい者ボランティアグループが「エコ傘マイバック」を作成し、それを商店街が 200 円で販売している。現在までに合計 1, 300 枚以上が販売されている。

●実施効果・今後の課題について

人とまちのコミュニケーションをとりながら、エコロジー活動を継続したことで茅ヶ崎周辺の商店街の知名度が上がったことにより、イベント等も市民参加で行なうようになった。住民と一体になったまちづくりが少しずつではあるが実現している。

●利用した助成金制度など

平成 16、17 年度　神奈川県「商店街競争力強化基金助成金」

●商店街の概要・地図

- 茅ヶ崎市商店会連合会
- 神奈川県茅ヶ崎市新栄町 13-29
- 電話：0467-87-4147
- 商店街のタイプ：広域型商店街
- 店舗数：約 1,000 店
- http://www.chigasaki-town.net

茅ヶ崎ワイン試飲会

レンタサイクル

第一回堆肥作り

30　置戸町大通り商店街（北海道常呂郡置戸町）

●取組みまでの経緯・実施背景

置戸町は、北見駅からバスで約 1 時間の距離にある。かつては基幹産業の林業・農業が盛んで、人口は 1 万人以上であったが、産業の衰退と共に過疎化が進行し、約 3,600 人まで減少している。置戸町大通り商店街協同組合は、平成 4 年に設立、33 店舗で構成されている。商業環境は、規制緩和や過疎化の進展、北見市への大型店の出店による消費者の流出が続き、厳しい状況に置かれている。現在、高校を卒業した者の 99％が進学・就職のために町外に出て行き、町民の高齢化も進んでいる。

北海道から、「道道北光置戸線改良事業（マイウェイ・アワーロード）」の認定を受ける目的で商店街協同組合を設立したことをきっかけに、商店街の景観整備についての話し合いも行なわれ、平成 6 年に、「置戸町大通り商店街まちづくり協定」が定められた。置戸町大通り商店街は、「町民の広場」として「置戸らしい街並み」「活き生きとした街」「優しい街」を目指すことが決められた。

●事業概要（内容）

1. 「置戸町大通り商店街まちづくり協定」

平成 6 年に、街の景観整備について盛り込んだ「置戸町大通り商店街まちづくり協定」が定められた。まちづくり協定により、店舗は敷地から 50cm 後退させて建築すること、建物は「木」素材を生かすこと、色は指定色で統一すること、看板は統一すること、シャッターは置戸らしいデザインをすること等が決められた。

また、商店街にはシャッターのある店舗が 1 店もなく、閉店後も夜の街に映えるように一定時間、照明を点灯させている。これは、協定には明文化されていないが、商店主の話し合いで、シャッターが閉まった店舗のある商店街は寂しい感じがするため、シャッターは取り付けないことにしようという総意によるものである。

2. 「花のまちおけと」

平成 6 年に街づくり協定が定められた時から、商店街の人たちは自分達で、サフィニア・ベコニア等の花を自己流で店先に装飾していたが、花の世話はなかなか難しく、綺麗に飾り付けができなかった。そのため置戸町と商店街は、公民館を使って「ガーデニング教室」を年に 5,6 回開催し、商店街関係者だけでなく、近隣住民も参加し、苗の植え方、肥料の配合方法などを学んだ。平成 13 年以降は、町と商店街の主催で「メイド in おけと市花フェスタ」が開催され、中心部のロータリーだけでなく、商店街の大通り（約 550 メートル）の入り口から出口まで、綺麗な創作「花」で埋め尽くされた。商店街には、花を飾るスタンディングバスケットが 24 基、吊り下げバスケットが 38 基用意され、花が植えられ街を明るくしている。平成 15 年には、「花いっぱいコンクール（社団法人日本花いっぱい協会主催）」で優良賞、「北のまちづくり賞（北海道主催）」で「知事賞」、平成 16 年には、「第 14 回全国花のまちづくりコンクール」で優秀賞を受賞した。

●実施効果・今後の課題について

北海道では、「花のまちおけと」として定着しつつあり、5 月から 11 月のシーズンには多くの近隣住民、観光客が来街するようになった。花で綺麗な景観を保つことは、並大抵なことでできるものではなく、商店街全員の努力があって成り立っている。床屋の店主は、花は直接的な売上げには結びつかないが、店先に花を飾ることが商店街の街並みの景観整備に活かされていると考えている。また、商店街では花を見に来街した人には必ず声掛けをすることにしている。このようなコミュニケーションを行なうことにより、少しでも来街者へのサービスをして、リピーターを増やそうと努力を積み重ねている。

●商店街の概要

- 置戸町大通り商店街協同組合
- 北海道常呂郡置戸町字置戸 456-1
- 電話：0157-52-3520
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 23 店

「置戸町商店街と通りを飾る花々」

31　鶴岡山王商店街（山形県鶴岡市）

●取組みまでの経緯・実施背景

鶴岡山王商店街は、江戸時代から商人街として栄えてきた。そして商店街の一角にある山王日枝神社の氏子という共通基盤を持ち、周辺地域とのコミュニティを形成してきた。隣接する中心市街地内の商店街は、経済成長期に幅広い道路と近代的アーケードなどハード面が整備されてきた。一方、鶴岡山王商店街は約 50 年の間、行政による道路拡幅の街路事業の対象として何度も計画にあがるものの、一向に実現せず、棚上げにされてきた。現在の 11m 幅道路の 18m 幅への拡幅を前にした店舗投資は控えられ、改装が思うように進まず、老朽化した店舗の補修程度にとどめられるといった状況であった。これでは、商店街振興組合として、「まち並み・景観整備」に取り組むこともままならないという状況であり、空き地、空き店舗は増加、駐車場や住宅に変わってしまう店舗も少なくなかった。

こうした状況から脱するため、長年の懸案となっていた「街路事業」の事業促進、及び商店街の統一的な「景観整備」を盛り込んだ「鶴岡山王商店街まちづくり提言」を作成し、平成 15 年 6 月に市長に提出した。その後、提言に基づく具体的な取組みとして、新たにまちづくり委員会が発足し、平成 17 年 5 月に“まちづくり協定”を締結するに至った。

●事業概要（内容）

1．「まちづくり協定」の目的

まちづくり協定を策定する最大の目的は、地域住民や行政など外部に向けて山王商店街の取組みをアピールし、“街路事業の事業化を促進させる”ことにある。そして道路拡幅を契機に、商店街の再生の方向性を明確に打ち出すことである。具体的には、原則として表通りに商店等が連なる街並みを形成するための空間整備のあり方や仕組みを「明文化」して、様々な取組みを検討する際のよりどころとする。

2．「まちづくり協定」の概要、及び特徴

山王商店街まちづくり協定は、全部で「10 か条」からなっており、“商い”に関する 5 か条と“景観”に関する 5 か条に分けられている。

“商い”は、商店街としての連なりを維持するための仕組みづくりとして、通り沿いの建物の 1 階部分は店舗とし、将来的にテナントへの賃貸が可能な建て方とし、商店街としての連携を図るとしている。加えて、お客様が利用しやすい商店街づくりとして、駐車場の場所や作り方、店頭空間の作り方などについて定めている。

“景観”は、山王らしさを感じさせるまち並みづくりとして、建物の外観、看板デザイン、店頭照明、緑化等への配慮について定めている。

3．「まちづくり協定」の締結、運営

平成 17 年 5 月に策定したまちづくり協定は、大半の 55 店舗が締結した。協定者

は建物の新築、増改築または改修等を行う場合、「山王まちづくり相談所」に事前に相談し、基本設計図の内容が協定を遵守したものとなっているかどうかの確認を受ける。この「山王まちづくり相談所」は、協定締結メンバーの代表者、専門家、学識経験者などで組織している。

●実施効果・今後の課題について

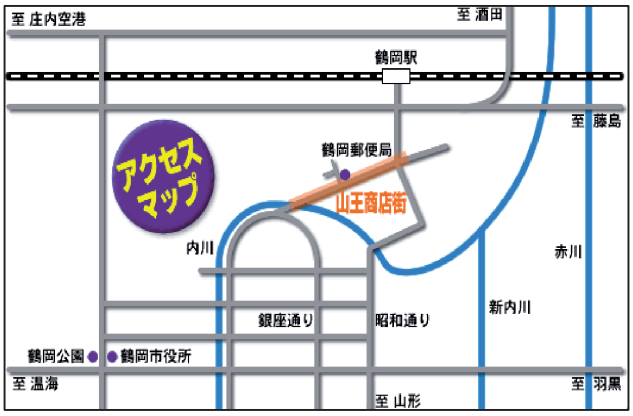
山王商店街のまちづくりに対する取組み姿勢が、「山王商店街まちづくり協定」の策定、締結を通して外部にアピールでき、最大の目的であった“街路事業の事業化促進”について、行政の決議を促すことができた。

結果、平成 18 年 3 月に、道路拡幅はせず現状の 11ｍを維持するが、①消雪設備を「無散水融雪」道路にして歩道を取り払い、歩きやすいフラットな道路に改良工事する、同時に②駐車場と商店のゾーン計画を策定し区画整理を実施する、といった 2 つの街路整備について、具体的な回答を行政から得ることが出来た。今回は構想計画だけでなく、具体的に平成 20 年夏着工が予定されている。

長年描いていた 18ｍ幅への道路拡幅には結びつかなかったものの、実施される街路整備に合わせて、統一的な商店街の整備、まち並みづくりへの取組みを開始できることは大きな成果である。

●商店街の概要・地図

- 鶴岡山王商店街振興組合
- 山形県鶴岡市山王町 8-4
- 電話：0235-22-0234
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：約 57 店
- http://www.kobaecha.com/sannou/



鶴岡山王商店街の様子

32　馬車道商店街（神奈川県横浜市中区）

●取組みまでの経緯・実施背景

馬車道商店街がある横浜市中区は、横浜市の海岸沿い中央にあり、山下公園や横浜スタジアムなど観光・集客施設等が充実した地域である。古くから港に隣接する商店街として、外国人向けの土産物を販売したり、日本で始めてアイスクリームを販売したり、ガス灯を設置する等、異国情緒あふれる街として賑わいを見せていた。

しかし、消費者が郊外へ流れる等の影響で商店街の活気が失われつつあった。そのような中、昭和 48 年に横浜市から都心部モデル型商店街第 1 号の指定を受け、商店街の賑わいを取り戻すため、昭和 51 年に「馬車道街づくり協定書」を作成した。その後、10 年間で協定書に基づいた実績（たとえば店舗のセットバック徹底など）を作り、昭和 61 年にその実績を協定書に盛り込んだ改訂版を作成した。また、平成 7 年には、まちの再活性のための「横浜市・ライブタウン整備事業」に認定され、協定書の再改訂版を作成するとともに、歴史ある町並みを保存するためハード面での街づくりの徹底を行った。さらに平成 16 年には、ソフト面での充実を図るための規定を協定書に盛り込んでいる。昭和 48 年に作られた「街づくり協定書」は時代にあわせて見直しを行い、内容も徐々に整備され、“日本の異国文化発祥の地”として町並み景観を維持するとともに、ソフト面でもその景観にあった西洋風のイベント『馬車道マルシェ』等を行い、商店街の活性化につなげている。

●事業概要（内容）

1．『馬車道街づくり協定書』の概要

(1)『まちづくりの理念』

「馬車道は、“日本の異国文化発祥の地”として、開港横浜の歴史・文化を大切にするとともに、新しい文化を提案する。」という基本理念のもと、まちづくりコンセプトを「オールドタウン馬車道」として、文明開化の街としての特色を打ち出している。

(2)『ハード協定』の主な内容

文明開化の街の特性・歴史資産を保存、修復、活用し、街づくりコンセプトを重視した街づくりをするとともに、バリアフリー・ユニバーサルデザインを重視する。

協定書では、カラーリング、建築物、照明、広告物などについて規制されている。具体的には、6 メートルの建築物のセットバックを行っており、消費者が歩きやすい歩道にし、ガス灯やモニュメントを設置して街としてのイメージ形成につなげている。街の建物は「茶・黒・白」をベーシックカラーとしているため、チェーン店も看板等をチェーン店独自のコーポレートカラーではなく、馬車道のコンセプトの茶・黒・白といったセピア色調にするなど統一した色彩での町並みを形成している。事業者及び新規出店者は上記事項について、商店街で組織した

「まちづくり委員会」に届出等を行い、協定内容にそぐわない場合はまちづくり委員会が指摘、指導する。

(3)『ソフト協定』の主な内容

“人間交流”の街として、街での時間消費を楽しむソフトの充実を図っている。

協定書では、イベントの開催などによる賑わいづくり、オリジナル商品の開発、環境保全、安全・防犯、植栽（プランターの設置）などについて記載されている。

具体的には、馬車道ワイン（赤・白共に 1 本 2,200 円）や馬車道コレクションアクセサリー（100 種類以上）などオリジナル商品の開発を行う店舗が出てきており、また、安全・防犯対策として、ほとんどの店舗が店舗前の明かりを 23 時までつけるようになり安全性の確保が図られている。また、協定の効果もあり、会員が『馬車道マルシェ』などの商店街イベントに理解を示し、積極的に参加するようになった。異国文化の町並みというハード面でのイメージと、そのイメージに合わせたソフト面でイベントを行なうことにより、相乗効果をあげることを目的としている。

●実施効果・今後の課題について

ハードとソフト両面からの取組みを行うことで、“日本の異国文化発祥の地”としての性格を鮮明にすることができた。歩道が歩きやすくなったことや馬車道ブランドを形成したことで観光客が着実に増えている。観光客が増えているにもかかわらず、土日に店を休みにしている店舗があるので、今後は顧客のニーズに応えるために商店街として統一した営業日の徹底を考えている。

今後の目標として、消費者に商店街でゆったりと過ごしてもらうため、時間消費型商店街として、人が集まり、くつろげる仕掛け作りを考えている。

●利用した助成金制度など

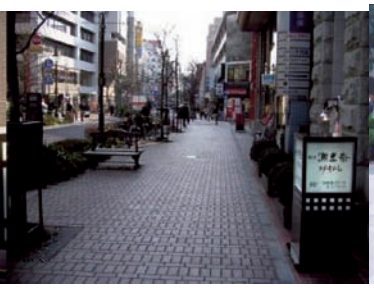
平成 7 年度～　神奈川県・横浜市「ライブタウン整備事業」

●商店街の概要・地図

- 馬車道商店街商店街協同組合
- 神奈川県横浜市中区常磐町 4-42
- 電話：045-641-4068
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：81 店
- http://www.bashamichi.or.jp/

環境・景観整備

馬車道商店街



セットバックされた歩行者道路

馬車道マルシェの様子

33　多賀門前町商店街（滋賀県犬上郡多賀町）

●取組みまでの経緯・実施背景

多賀町の中心市街地は、年間約 200 万人を超える参拝者が集まる多賀大社と多賀大社前駅を結ぶ門前町として栄えてきた。駅から多賀大社まで参拝客に歩いてもらってはじめて購買につなげることができる商店街である。しかし、多賀大社近くに駐車場ができたため、車の利用が増え、駅から多賀大社への人通りが減少した。また、近隣への大型店の進出によって、商店街の活力はさらに低下していった。

商店街の活性化を図るためには、参拝者を観光客として商店街に回遊させる仕組みが必要であると、平成 12 年に、商店街・町・商工会・地域住民が集まり「多賀中心市街地活性化計画」と「タウンマネージメント構想」をまとめ上げた。様々な取組みを行ったが、そのひとつとして、多賀大社の門前町にふさわしい町並みと魅力ある商業を形成するため通りの名称を「絵馬通り」とし、“神様が住まうまち”という統一コンセプトのもとファサード整備を行った。

●事業概要（内容）

1．ファサード整備事業

ファサード整備事業のポイントは、「店の顔と心の整備事業」という位置づけで景観整備だけでなく同時に各個店の魅力の向上を図ったことにある。土産物屋に喫茶スペースを設けたり、土産物を陶芸品に特化させたりするなど、それぞれの個店で新たな取組みが行われている。また、JA と協力して開発した「そば」を販売するなど、新商品を開発し個店の品揃えの充実にも注力している。

また、ファサード整備事業においては、絵馬をシンボルマークとして活かしていくことをテーマとし、できるだけ絵馬を建物の一部に表現できるようデザイン的に創意工夫した。“神様が住まうまち”という共通イメージを守りながらも、各個店は個性を打ち出し「しゃもじ」「円相（えんそう）」「ちょうちん」など、様々なファサードで来街者を楽しませる工夫が施されている。また、ファサードの素材に地元産間伐材を活用している。

2．空き店舗を活用した『絵馬館』整備事業

平成 10 年から、空き店舗を改装して商店街の機能を充実させる事業を行なっている。改装後の各施設は「絵馬館」と名づけられ、現在までに一号館から四号館まで完成している。一号館はイベントを開催する際の施設として利用、二号館は滋賀県立大学生のまちづくり活動の拠点、三号館はアーティストの作品展示とコーヒーの提供、四号館（別名：『多賀まるしぇ』）は地元作家の作品の展示、販売と野菜直売所、と様々

な人との連携を図ると同時に街の利便性を向上させている。絵馬館各施設の２階には、建築士やデザイナーなど街を応援する人の事務所機能を入れて総合的な機能の充実を図った。また、「絵馬館」をきっかけに学生との交流も行われるようになったことから、通りには地元学生の発案の行灯も飾られるようになった。

●実施効果・今後の課題について

絵馬館を設置して商店街内に様々な機能を点在させることで、来街者の動線を計画的に伸ばした。その結果、来街者の商店街での平均滞在時間が大幅に伸び、個店の売上高が平均 1.2 倍になるなど大きな効果がみられた。観光客向けに始まった事業ではあったが、個店の魅力向上による効果は徐々に地元に普及しており、地元向けの売り出しイベント「ナイトバザール」では行列ができるようになった。

本事業成功のポイントは、事業に関わる様々な人が妥協なく何度も話し合いを行なったことにある。多い年で年間 260 回もの話し合いの場がもたれた。

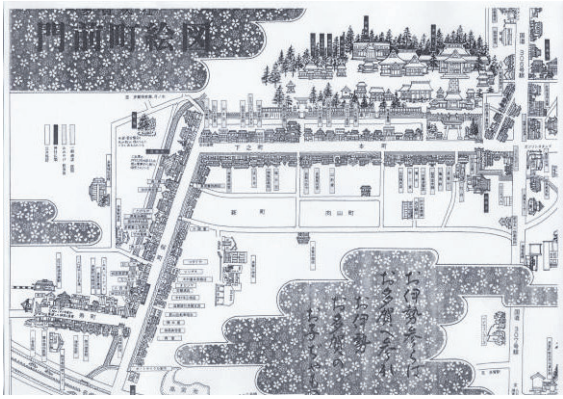
今後の課題としては、まちづくりを自律と持続ある事業としていくため、少子高齢化に対応したサポート体制の充実や商店街の若い世代の育成が必要であると考えている。

●利用した助成金制度など

平成 12～15 年度　経済産業省「リノベーション補助金」

●商店街の概要・地図

- 協同組合多賀門前町共栄会
- 滋賀県犬上郡多賀町 230-1
- 電話：0749-48-1811
（住所・電話・ＵＲＬは多賀町商工会）
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 70 店
- http://www.taga-cci.net/



「しゃもじ」のファサード

空き店舗活用施設「絵馬館」

地元間伐材による行灯

34、51　石橋商店街（大阪府池田市）

●取組みまでの経緯・実施背景

阪急・石橋駅前に立地する石橋商店街では、ロードサイドの大型量販店や中型ロードショッピング店の増加などにより消費者離れが進んでいた。

石橋商店街では、お客を呼び戻すため、商店街の利便性の向上策を模索していた。駐車場の建設案が出ていたが、資金的な問題や道路事情の問題で、駐車場ではなく駐輪場を建設することとなった。駐輪場設置の目的は、消費者の買物時の利便性向上と、商店街での無秩序な駐輪の解消である。当初は、商店街の買い物客に無料駐輪券を配布していたが、駅の乗降客も駐輪場を利用するため、基本料金を全ての利用者から徴収し、駐輪場事業の収益は商店街活動（販促事業）の中でお客に還元することとなった。

当時、石橋商店会、中央商店会、赤い橋商店会の３つの商店会がそれぞれに組織活動を行なっていたが、駐輪場事業をきっかけとして平成 12 年に３つの商店会による横断的な組織「石橋商業活性化協議会」を発足させた。（※平成 15 年に中央商店会は石橋商店会と統合している。）現在は、駐輪場事業、販促事業ともに石橋商業活性化協議会のもとに管理、運営されている。

●事業概要（内容）

1．消費者の利便性を高めるための「駐輪場事業」

平成 12 年に、第 1 駐輪場を開業した。第 1 駐輪場は月極専用で、駐輪能力 650 台であり、常に満車となっている。料金は、自転車 1, 900～2, 400 円／1 ヶ月、バイク 3, 500 円／1 ヶ月である。平成 15 年には、空き店舗を活用して第 2 駐輪場を開業した。第 2 駐輪場は日貸専用で、駐輪能力 250 台で、料金は 1 日 150 円である。

駐輪場の収益は年間約 1, 350 万円になる。駐輪場の土地は、石橋商店街の要望に応え池田市が買ったもので、商店街が借り上げ池田市に対して土地使用料を払っている。駐輪場の管理、運営は、石橋商業活性化協議会内に駐輪場実行委員会を組織して無報酬で行っているため、人件費はかかっていない。

2．駐輪場で得た収益による「販促事業」

平成 14 年より、収益をお客に還元することを目的に「毎月 18 日は各店自慢のおはこ市」という販促事業を、全店参加を目標に石橋商業活性化協議会の運営によって行なっている。「おはこ市」とは、自慢の芸や得意の芸のことを、歌舞伎の世界では「十八番（おはこ）」というのにちなんで名づけられている。個店を役者に見立て、その得意技（店独自の商品・サービス）を披露することによって、舞台（商店街）を盛り上げ、お客様を呼び込もうという主旨で、毎月 18 日をはさんだ３日間（17～19 日）が開催日である。同時にストリートイベント（風船ガールの風船サービス、風船曲芸パフォーマンス、ミュージシャンの演奏など）を実施し集客を図っている。また、シンボルキャラクターやテーマソングを作成し、参加店では統一のＰＯＰ、

のぼり、ポスター、フラッグなどで装飾を施し、商店街のイメージ形成を図っている。

おはこ市の運営費は、駐輪場の収益金で賄われている。個店はイベント費用を負担しなくてよいため、それがおはこ市を盛り上げる原動力となっている。おはこ市の期間中は、以下のような特別イベントも行なっている。

(1) 特選店チャリティセール

毎回９店の特選店を選び、売価の補填をして超特価販売イベント「特選店チャリティセール」を行っている。チャリティセールの売上金の一部（年間 30～40 万円）を『おはこちゃん基金』という名称で「池田市市民安全基金」に寄付する仕組みになっている。池田市の子供の安全対策とタイアップしたもので、市政と地域と顧客と個店を結びつける商店街の集客のための仕組みとなっている。

(2) クーポンチラシ

おはこ市の開催期間中に、各個店で使用できるクーポンを付したチラシを配布している。クーポンチラシの表面には個店の売出し、サービス、裏面には商店街の景品プレゼント企画が記載されている。消費者は、クーポンチラシ掲載店で買物をすると 500 円毎に「おはこシール」が貰える。おはこシールが集まると商店街の景品プレゼント企画に参加できる。

個店のクーポンによる安売りサービスと商店街の景品プレゼント企画を連動させることで、個店への集客につなげている。消費者は、景品プレゼント企画に参加するために、おはこシールが貰える店で積極的に買物をするようになった。

●実施効果・今後の課題について

1．駐輪事業

店前駐輪、商店街周辺の不法駐輪、放置自転車は、完全解消とはいかないが、対応策としてのソリューション効果は大きく、更に、駐輪場の増設と駐車場の設置も考えている。ただし、日貸しの第 2 駐輪場は、日曜・祝日の稼働率が落ちるため、日曜・祝日の稼働率を上げることが課題である。

2．販促事業

おはこ市は、当初参加店は 72 店だったが今では 110 店と増加し、それに伴って集客数も増加している。地域の季節恒例行事を行なうことで、地域住民との関係を強化して商店街の活性化につなげている。

今後は、郊外大型店と対抗するため、近隣商店街同士が手を組み、集客力を向上する取組みを行なっていく予定である。

●利用した助成金制度など

平成 15 年度　大阪府商業振興センター「商店街等競争力強化推進事業助成金」
平成 15 年度　大阪府・池田市「空き店舗等活用推進事業助成金」

●商店街の概要・地図

- 石橋商業活性化協議会
- 大阪府池田市石橋 1-12-6
- 電話：072-761-1576
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：170 店
- http://www.ss-ishibashi.jp/

石橋商店街

第 2 駐輪場入口

おはこ市特選店チャリティセールの様子

35、52　神戸元町1番街商店街、元町三、四、五、六丁目商店街（兵庫県神戸市中央区）

●取組みまでの経緯・実施背景

神戸元町商店街は、平成 19 年で誕生 133 年を迎える。神戸市元町商店街が位置する神戸市中央区の人口は約 12 万人である。約 4 割の商店が廃業をよぎなくされた阪神大震災から 10 年以上が経過し、神戸市市民の主体的な参加による、都市の賑わいと安らぎが調和した魅力あふれる「アーバンリゾート都市づくり」政策ビジョンのもと、復興、発展してきた。最近では、都心回帰現象から商店街周辺にマンション建設が進んでおり、街づくりを進めていく上で、商店街の環境、景観整備の必要性が感じられるようになってきた。しかし、新規出店者は必ずしも商店街振興組合に加入せず、環境、景観整備で商店街との協調に至らなかった。そこで、商店街は、平成 13 年に「まちなみ委員会」を立ち上げ、環境・景観整備について話し合いを始めた。

●事業概要（内容）

1．「環境整備、景観整備」

「まちなみ委員会」で、毎月話し合いを重ねた結果、「みなと元町タウン憲章」を制定することとなった。この「みなと元町タウン憲章」は、神戸の元町としての歴史と伝統を大切にすると共に、神戸都心のモダン・タウンをめざすこと、神戸の商店街のリーダーとしての誇りと自覚を持ち、神戸都心地域全体の発展に寄与するまちづくりをすること、訪れる人々と心が通い合うことのできる饗演のまちを目指すという内容からなっている。

具体的には、平成 15 年に「神戸市元町商店街景観形成市民協定」が発効し、建築物の新築、増築、宅地の造成、看板、広告物の新設、その他街なみ景観の形成に影響を及ぼすおそれのある行為等について、予め調整の場を設けることを目的とする。特に、壁面の位置（建物壁面）は道路境界線にそろえ商店街の連続性を確保することと、意匠デザイン（アーケード下層部 1, 2 階のファサード）は、一体的に調和した仕上げとする。看板、広告物は、必要最小限の大きさ、色、情報とする。特に、看板は店の顔であることから、装飾としてデザインしたオブジェ・アートと位置付け、個性、品格づくりに寄与することなど、細部にわたる取り決めを行なった。

2．「集客イベント」

神戸元町商店街は、年間を通して数々のイベント、コンクール等を実施している。最近では、「みなと元町タウン協議会」との協力により、周辺地域、住民、団体とともに地域のまちづくりにも寄与する取組みに積極的に参加している。主なイベントは下記の通りである。

(1)児童絵画コンクール

毎年5月に行われる。商店街に子供の描いた絵が飾られる絵画展である。5丁目商店街の主催で応募者は1,000人を超え、絵画展を観に来る家族連れが増えた。

(2)元町ミュージックウイーク

毎年10月に行われる。手作り感を散りばめた音楽イベントである。音楽を通して人と人が出会い、交流することを目的にしている。演奏する者、鑑賞する者は誰でも気軽に参加できるような仕組みづくりをしており、商店街の歩道等を利用して行われる。

(3)元町夜市

毎年7月に開催される縁日を模したイベントで、25年前から行われている。家族連れのお客でにぎわっており、神戸の風物詩として定着している。

(4)二ーハオ元町ハーバーフォトコンテスト

平成18年から、元町の目の前の中突堤に客船「飛鳥」等5万トンクラスの客船が接岸できるようになり、写真を撮って楽しむ人が増えたことを受けて実施している。入選作品は、商店街や港の展示場で展示しており、応募者や家族の来街が増えた。

(5)二ーハオすたんぷらりー

平成15年から、商店街だけでなくハーバーランド等、散策を楽しんでもらおうと始めたスタンプラリー形式によるイベントである。港周辺を散策して貰うことで、来街者の滞留時間が長くなり、買物、宿泊につながっている。

●実施効果・今後の課題について

「神戸市元町商店街景観形成市民協定」により、神戸らしい景観を維持することで、来街者が安心して買い物ができるようになっている。また、商店街だけでなく、地域住民、団体等と連携してイベント等を実施することにより、来街者が増える傾向にある。今後は商店街として、近隣住民、団体等とさらなる協調をはかり、環境、景観整備の向上、集客イベントの地域拡大等を行い、より一層来街者が増えるよう取組みを行っていく予定である。

●利用した助成金制度など

平成18年度　神戸市「地域力アップ事業」
平成18年度　神戸市「地域商業サポート事業」

●商店街の概要・地図

- 神戸元町商店街連合会
- 兵庫県神戸市中央区元町通 3-13-1
- 電話：078-391-0831
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 300 店
- http://www.kobe-motomachi.or.jp/

神戸元町商店街

36　新町商店街（岡山県真庭市）

●取組みまでの経緯・実施背景

岡山県の北西部に位置する勝山（真庭市）は、南北朝時代に築城された高田城（後に勝山城に改称）の城下町、また、出雲街道の要衝の地として栄え、豊富な山林を有する木材の町としても名高く、特産品としての高田硯（すずり）や、150 年以上の伝統を持つ竹細工などがある。

ＪＲ中国勝山駅前から、新町商店街が 200ｍ続き、出雲街道沿いには、「町並み保存地区」に指定される武家屋敷や商家などの歴史的遺産が並んでいる。

現在は、過疎化、高齢化が進み、特に、平成 2 年頃からは、近郊に大型スーパーの出店が続き、商店街への客足は遠のいている。真庭市の人口 55,000 人も減少傾向にある。

新町商店街は、昭和 42 年に協同組合新町を設立し高度化事業によりアーケードを設置した。しかし、時間の経過により老朽化し、平成 6 年 2 月の雪害により一夜のうちに崩壊した。そこで商工会や県の指導センターなどの支援を受け、その再生について、組合で議論が行われた。「もうアーケードは要らない」との声もあったが、「木材の町」にふさわしい商店街にしようと木造りのモールを全国に先駆けて設置することとなった。

●事業概要（内容）

平成 6 年のアーケードの崩壊は、商店街としての形態を失うだけでなく、組合員の連帯感にもダメージを与えた。「このままでは、岡山県北で唯一残った商店街が消えてしまう」との組合員全員の思いから、「木を活かした」商店街のリニューアルとして、平成 8 年に、1 億 5 千万円をかけ地元産の檜（ひのき）を使ったアーケードを設置した。木製アーケードの企画・設置は、その燃焼性や腐食性から、建築、消防上の制限をクリアするのに大変苦労した。また、高度化資金の活用を前提としていたことから、木製アーケードの 20 年間にわたる耐久性が問われた。しかし、地元の製材業が開発した集成材により、これらの課題が解決できることとなった。風格と暖かみのある檜の架溝は、街の品格を高めており、中央付近には、大きなやぐら太鼓が象徴的に配置されている。これは、時を知らせる太鼓が鳴り響いた城下町をイメージさせるものである。

リニューアルから 10 年を経た平成 17 年、道路に敷き詰められていた木のタイルの劣化が進んだため、商店街では、新たに地元勝山の特産で真庭市竹原産粘板岩（書道用石質）を活用した舗装事業を行い、平成 18 年 5 月に完成した。現在は、白地に黒光りする石片がちりばめられ、買い物客の足元を飾っている。

また、毎年 3 月に、新町商店街と「町並み保存地区」は、共同で「勝山のお雛祭り」を実施している。新町商店街と「町並み保存地区」の約 1 ｋｍの間に、商店や一般住宅 160 軒以上が、それぞれの家に眠っているお雛様や、手作り雛などを展示

する。古くは江戸時代から現代までのお雛様が、各戸のウインドーや玄関先に飾られる。また、各商店には、来訪者をもてなし、お茶を提供できるスペースが昔からある。雛祭りや店頭の飾り付けが一丸となって推進できる背景には、景観を大事にすること、お客と商店との親密な関係が歴史の中で構築されてきたことがあげられる。新町商店街では、かつての活気は薄れているものの、空き店舗もなく、組合員の結束や地域住民が一致団結していることは大いなる強みである。個店も、独自に努力しており固定客をしっかり掴んでいる。

●実施効果・今後の課題について

「お雛祭り」は、全国で、ここ勝山地区が 9 年前から初めて実施したものである。近年では、1 週間の期間中に県内はもとより京阪神からも 4 万人の来街者が訪れる。白壁や連子格子の家並みにお雛様が並ぶ様子は、忘れかけていた思い出の風景をよみがえらせ、ノスタルジックな世界を彷彿させると好評である。

現在のところ、ハード面のリニューアルや雛祭りなどのイベントは、商店の売上げに直接的な効果が見えないことが今後の課題である。

●利用した助成金制度など

平成 8 年度　高度化資金

●商店街の概要・地図

- 協同組合新町
- 岡山県真庭市勝山 251
- 電話：0867-44-2520
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：約 41 店

岡山県真庭市勝山地区の位置（真庭市 HP より）

新町商店街

アーケードと粘板岩で新たに舗装された道路

お雛祭り

37　大分市中心部商店街（大分県大分市）

ガレリア竹町商店街　セントポルタ中央町商店街
府内五番街商店街　サンサン通り商店街
ポルトソール商店街　中央通りの会商店街

●取組みまでの経緯・実施背景

大分市は、大分県の中心部に位置し、大分県の代表都市として隣の別府市とともに「別大都市圏」を形成している。しかし、郊外に大型複合施設が次々と建設され消費者が流出したため、中心市街地商店街では危機感を感じていた。

中心市街地活性化のため大分市中心部の商店街と大型店が一体となって取り組んでいた「大分都心まちづくり委員会」では、消費者の郊外流出への対策を話し合い、消費者の利便性を高めることが第一と考えた。

●事業概要（内容）

1．事業概要

大分市中心市街地では、商店街の個店と大型店の取扱商品やサービスがあまり重なっていないため、お互いに機能を補完しあっている。買物の目的物が違うため、消費者は商店街と大型店を行き来している。そこで、消費者の利便性を向上させ商店街と大型店の回遊性を高めることに着目し「おおいたパーキングネット」事業を開始した。

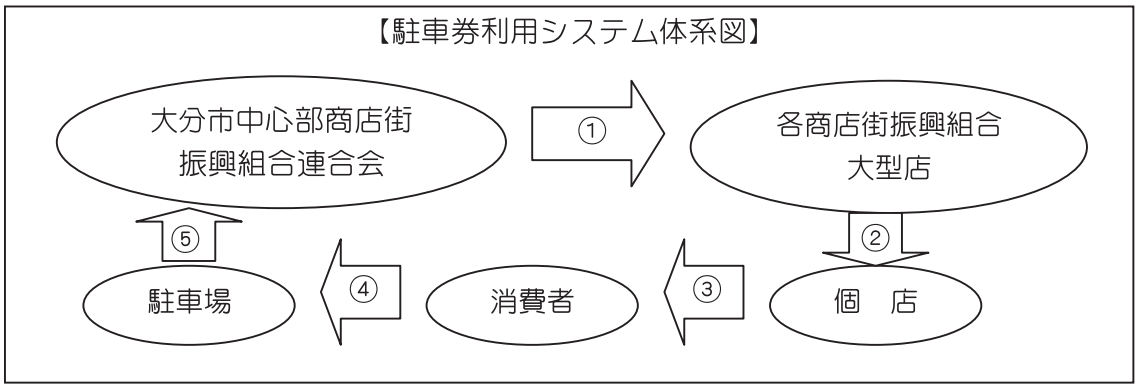
当初 19 の駐車場で出発し、現在は 26 の駐車場（有人駐車場 20、機械式駐車場６）で 2, 650 台分を常時確保している。駐車券の種類とシステムは以下の通りである。

（1）駐車券の種類

共通駐車券は、①１枚で１時間無料になる駐車券、②小額商品取扱店用の３枚で１時間無料になる補助券、③大型店専用の 30 分無料券、の３種類を発行している。

（2）駐車券利用システム

①「おおいたパーキングネット」に加盟している商店街振興組合（及び大型店）が、あらかじめ大分市中心部商店街振興組合連合会から共通駐車券を必要数購入、②購入した駐車券を振興組合に加盟している各個店に対して再販売、③買い物客（駐車場利用客）は、加盟店で買物等をしたときに駐車券を貰い、④その券を加盟駐車場で渡す、⑤加盟駐車場は、毎月、駐車券を大分市中心部商店街振興組合連合会に持参、連合会事務局が駐車券利用分の費用を支払う。



●実施効果・今後の課題について

「おおいたパーキングネット」が出来てからは、共通駐車券を利用して、大型店で買物するときは大型店の駐車場を利用し、その後、商店街に車で移動して商店街近くの駐車場を利用するようになった。駐車券の利用状況は、平成 14 年度は約 64,000 枚であったのが、平成 18 年度は約 420,000 枚と５年間で６～７倍と大きく伸びている。これは「おおいたパーキングネット」の認知度が高まり、参加店が増加し、買い物客の利用状況が高まったことによる。また、個店の売上げの増加にもつながっている。商店街は、駐車場と単独契約する煩わしさがなくなりスケールメリットによって費用負担を軽減している。また、商店街・大型店ともにイベントなど混雑時の駐車場渋滞が緩和された。

今後は、さらに契約駐車場を増やすとともに、自転車での来街者のための駐輪場の設置を予定している。また、現在の共通駐車券を汎用磁気式カードに切り替え、時間の限られている駐車場の 24 時間利用を実現し消費者の利便性を向上させる予定である。

●利用した助成金制度など

平成 14～16 年　大分市「大分市商店街活性化事業費補助金」

●商店街の概要・地図

- 大分市中心部商店街振興組合連合会
- 大分県大分市中央町 2-3-19
- 電話：097-538-5003
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：350 店

ガレリア竹町

加盟駐車場

共通駐車券

38　明大前商店街（東京都世田谷区）

●取組みまでの経緯・実施背景

明大前商店街は、新宿、渋谷といった大商業集積地へ電車で約５分～10 分の立地にあり、組合員数 276 店と世田谷区内最大、都内でも２番目に大きい振興組合である。明大前商店街では、毎年消費者懇談会を行なっているが、平成 11 年頃から、消費者から治安に対する不安の声が多く寄せられていた。というのも、当時の明大前駅を中心とした松原町は、北沢警察署管内で犯罪件数ワースト１位となり、近隣の松原小学校では 10 日に１回の頻度で痴漢犯罪が起こっていたからである。

こうしたことから、治安の改善を目的に、商店街が中心となって明大前駅の駅前に交番を誘致する運動をはじめた。しかし、隣接交番との距離基準が理由で交番誘致は実現しなかった。そこで、商店街は、民間交番の設置と防犯ボランティアのパトロールを考え、商店街関係者を中心に 10 名が集まり『明大前商店街振興組合自警会（愛称：明大前ピースメーカーズ）』が発足した。同時に、警察署長が相談役についてくれるという協力も得た。平成 13 年、日本初のボランティアによる防犯パトロール隊が誕生した。

●事業概要（内容）

１．明大前ピースメーカーズの概要

明大前ピースメーカーズは、自警会規則や行動規範を作り、規律による隊員の意識の向上を図っている。運営費用は、商店街振興組合の会費の他に、行政の補助金、商店街のバザールの収益、企業の協賛金、学校や地域住民からの寄付で賄われている。

（1）明大前ピースメーカーズの組織

隊員は現在 44 名である。商店主、後継者等の商店街関係者 28 人を中心に、会社員、フリーター、学生、空手道場生など様々な人が隊員になっている。曜日、時間帯により３～８名のパトロールユニットが形成されている。誰でも明大前ピースメーカーズに入隊できるわけではなく、人間性も考慮して参加を承諾することになっている。

（2）パトロール体制

小学生の登下校時、会社員・大学生の帰宅時、計３回パトロールを行なっている。隊員は、１週間に最低１回、最大でも３回までという取り決めでパトロールに参加する。この参加回数の規定が、隊員が緊張感、責任感を持続しつつ、無理なくパトロールに参加でき、モチベーションを長期的に保ち続けられるポイントとなっている。パトロール時間は１時間程度である。また、12,000 世帯が対象となっているが、警察からの指導で、犯罪者に動きを悟られないように、同じ時間に同じ道をパトロールしないことになっている。

(3) 明大前ピースメーカーズボックス（民間交番）

隊員の詰所を設置し、月曜日から土曜日の午前９時から午後５時まで隊員が常駐している。詰所は駅前に立地しており、パトロール出勤前後のミーティングに活用するとともに、１日に約 30 件の道案内にも対応している。土地は京王電鉄と世田谷区の提供、建物（15 ㎡）は世田谷区から無償で借り受けている。

●実施効果・今後の課題について

明大前ピースメーカーズの発足前には地域で 527 件もあった犯罪が、現在は 280 件にまで減少した。また、小学校で起こっていた痴漢事件も５年間で１件と激減した。全国で始めての民間交番ということもあり、また効果も高かったことでマスコミに大きく取り上げられ「安全な街」という認知度が全国的に高まった。その影響で、地方から上京してくる学生や新社会人が明大前を選んで住むようになったこともあり、人口が増加した。また、スーパーマーケット等生鮮三品を扱う店を中心に個店の売上げが増加している。商店街が、地域住民に頼りにされ信頼されるようになった効果は大きい。ピースメーカーズボックスの活動が認められ、平成 18 年に本物の駅前交番ができた。警察署長や地域住民から、駅前交番ができても活動を続けて欲しいという声が多く、継続することになった。平成 19 年中に、自動車によるパトロールを開始し、巡回の範囲を大幅に広げる予定である。

●商店街の概要・地図

- 明大前商店街振興組合
- 東京都世田谷区松原 2-45-1
- 電話：03-3323-8121
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：276 店

明大前商店街

明大前ピースメーカーズボックス

明大前ピースメーカーズ

39　森小路京かい道商店街（大阪府大阪市旭区）

●取組みまでの経緯・実施背景

森小路京かい道商店街は、豊臣秀吉の時代から「京かい道」と呼ばれていた街道にある。歴史と伝統のある街道ということで、祭りの際には、みんなで陣羽織半被などを着て商店街活動を盛り上げるなど、会員の団結力が強い商店街である。

平成 17 年 11 月に、役員の会合で、「防犯」「安全・安心のまち」について話題になった。その中で、最近、商店街内で自転車の盗難があったとか、商店の商品を盗まれたことなどが報告された。そのような経緯もあり、防犯や安全・安心といったことは、町会や警察で（会報をまわすなど）取り組んでいるが、商店街としても、防犯などについて取り組もうということになった。警察に相談に訪れた際に、防犯効果があるといわれている「青色防犯灯」が他の地域で導入されているとの情報を入手した。青色防犯灯は、費用面では比較的小額な投資で、かつ管理しやすいことから導入することとなった。

●事業概要（内容）

青色防犯灯は、遠くまで見える代わりに暗いので、商店街の蛍光灯をすべて青色に代えるのではなく、半分の街路灯を青色にかえることとした。（街路灯 36 本のうち、半分の 18 本を青色にした。）現在は、白・青・白・青・白・青・・・の並びで取り付けられている。

青色蛍光灯への交換に要した費用は 15 万円である。青色防犯灯のカバーに個店の広告を載せ、広告収入を得ている。街路灯の維持費と電気代は年間約 100 万円だが、広告掲載収入は年間約 65 万円（街路灯 36 本×1,500 円×12 ヶ月）でありそれを充てている。（残り 35 万円は商店街会費を充てている。）

また、商店街では、会員を 7 つの班に分けて防犯に関する啓蒙活動を行なっている。1 ヶ月に 1 回、班長会議が行われ、防犯に関するテーマで情報交換等を行なっている。ひとつの班は 8 名前後で構成されているが、少人数に区分けすることで情報の伝達をスムーズかつ確実なものにしている。

●実施効果・今後の課題について

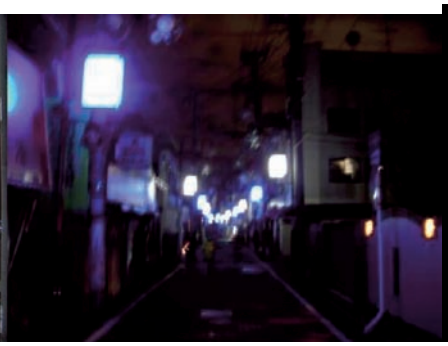
平成 18 年 4 月に青色防犯灯を設置してから、商店街での犯罪件数は 0 件である（平成 18 年 12 月現在）。

商店街として初めての青色防犯灯の導入ということで、全国紙やテレビなど多くのマスコミに取り上げられた。その効果もあり、今まで商店街に来たことがない消費者の来街も見られるようになった。さらに、青色防犯灯を設置したことで、店主たち自身の防犯に対する意識が高まり、商品の並べ方を盗難にあわないように工夫するなど、防犯を意識するようになった。

●商店街の概要

- 森小路京かい道商店会
- 大阪府大阪市旭区森小路 2-8-20
- 電話：06-6954-1515
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：約 66 店
- http://kyoukaidou.com/

昼間の商店街



夜の商店街

防犯灯カバー広告

「商店街の組織強化や地域の団体等との協力による取組みを行いたい。」

⑫商店街内の組織強化

40　上越本町三・四・五丁目商店街　（新潟県上越市）……89

⑬教育機関、NPO 等他団体との連携

41　追浜商店街　（神奈川横須賀市）⇒33Ｐをご覧ください。

42　柳原通商店街　（愛知県名古屋市北区）……91

43　北野商店街　（京都府京都市上京区）……93

44　あけぼの商店街　（福岡県久留米市）……95

45　宇宿商店街　（鹿児島県鹿児島市）……98

⑭地域住民等との連携

46　十和田市中央商店街　（青森県十和田市）……100

47　ハッピーロード尾山台　（東京都世田谷区）……102

48　ゆう壱番街商店街　（滋賀県長浜市）　⇒50Ｐをご覧ください。

40　上越本町三・四・五丁目商店街（新潟県上越市）

●取組みまでの経緯・実施背景

上越市は、新潟県の南西、日本海に面して位置し、人口は約 20 万人である。古くから交通の要衝として栄え、現在も直江津港や北陸自動車道、上信越自動車道のほか、JR 北陸本線、JR 信越本線等を有し、東京、名古屋、大阪の三大都市圏とほぼ等距離に位置する中で、陸、海の交通ネットワークが整った地方都市として発展してきた。

上越本町の中心商店街は、周辺地域の人口の減少とともに空き店舗が増え、大型店の郊外への出店のため、消費人口が流出している。特に、ここ数年は、中心部における来街者の駐車違反の取締りが厳しくなり、約 350 メートルある商店街への車での来街が難しくなったことから、ますます、買い物客は駐車場を完備した大型店に奪われている状態である。

このような厳しい状況の中、問題意識を共有し、併せて３つの商店街が連携し、意思疎通を円滑にすることの重要性が明らかになったことから、平成 17 年に「上越本町三・四・五商店街振興組合連合会」を組織して取組みを行うこととなった。それと同時に、３つの商店街組織の運営がスムースに行われるように連合会における最高決定機関「リーダー会議」を創設することになった。

●事業概要（内容）

連合会に「リーダー会議」を創設し、それぞれの商店街が抱える課題について共通認識を持って商店街活動に取り組んでいくことで、より良い商店街にしていくことを目指すことになった。またリーダー会議の下に３商店街で構成する４つの委員会を再編することにより、情報の一元化ができるよう風通しの良い組織体系に作り上げた。

「リーダー会議」の構成は３商店街の理事長３人と４委員会の代表 12 人、四丁目にある大型店「大和上越店」の店長と商店街の活性化を目指しフリーペーパー等を製作する若手商店主グループ「本町 Style を創る会」の代表が構成員となり 17 名で運営されている。４つの委員会は、以下の通り取組みを行っている。

「駐車場委員会」

３つの商店街がそれぞれ管理していた各駐車場を共同利用できるようにした。車で買い物に訪れる来街者の利便性がよくなり、来街者も増えた。

「販促委員会」

個別の商店街ではできない販促イベントに共同で取組みができるようになった。また経費削減にもつながっている。

「総務委員会」

３つの商店街で別々に取り組んでいた空き店舗対策等の情報を、一元化して管理できるようになり、出店希望者の要望に臨機応変に対応できるようになった。

商店街内の組織強化

「女性部」

３つの商店街の女性部が共同で、城下町高田「花ロード」等のイベントに取り組んでいる。より円滑にイベントを実施することができるようになった

●実施効果・今後の課題について

隣接する商店街が共通の認識を持ち、連携、情報の共有化ができるようになったことにより、商店街活動が円滑に進められるようになっている。

これまで、各商店街が単独で行っていたイベントを 3 つの商店街が一緒になって実施することにより、相乗効果が生まれ、来街者も増えることになった。平成 18 年で第 8 回を迎えた、城下町高田「花ロード」には約 5 万人もの人が訪れるようになった。

今後も相互の協力体制を維持し、各商店街活動の中に活かしていきたいと考えている。

●商店街の概要

- 上越本町三・四・五丁目商店街振興組合連合会
- 新潟県上越市本町 5-3-28
- 電話：025-524-4761
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 250 店

上越本町 3･4･5 丁目商店街

「花ロード」開催案内

花で道を飾る「花ロード」

42　柳原通商店街（愛知県名古屋市北区）

●取組みまでの経緯・実施背景

柳原通商店街は、愛知県で最も歴史のある商店街のひとつとして知られ、公務員住宅や市営住宅の近隣に立地していることもあり、地域密着型の商店街として賑わいを見せていた。しかし、1970 年代に、地下鉄名城線の駅が住宅地の近隣にできたことをきっかけに、近隣住民が地下鉄で同地域では一番の繁華街である栄に買物に行くようになり、商店街に以前のような賑わいがなくなっていった。近年は、商店主の高齢化の影響もあって空き店舗が急増したため、商店街では対策を考えていた。

平成 15 年、子育て支援のＮＰＯ法人「まめっこ」から、柳原通商店街の空き店舗で活動したいという申し出を受けた。柳原通商店街では、空き店舗がひとつでも減るならと快諾した。話が進むにつれて、商店街も子育てに参加・協力する必要があると考え商店街理事長は、まめっこに協働の申し出を行なった。それをきっかけに、柳原通商店街とＮＰＯ法人「まめっこ」の協力体制による子育て支援施設「遊モア」が開設された。

●事業概要（内容）

1．子育て支援施設「遊モア」の概要

遊モアでは、親子が遊べる場の提供である「広場事業」、時間単位で６ヶ月～５歳児を保育する「一時保育事業」、２歳児のための預かり保育教室「モアキッズ」を実施している。店舗面積は 18 坪。運営体制は、有給スタッフが 12 名登録されており、交代で常時２～３名が勤務している。他にボランティアスタッフ６名を活用している。

2．柳原通商店街と遊モアの協力体制

商店街とＮＰＯ法人が協力することにより、様々な相乗効果が発揮されている。

１）商店街と子育て支援施設の交流

商店街のイベント時にまめっこのメンバーがフリーマーケットを出したり、イベントスタッフとして参加している。商店街の夏祭りの時には、遊モアを小さな子供連れの休憩室として無料開放している。また、遊モアで商店街の会員等が保護者向けにベビーカット教室やちまき作り教室を行っている。

２）『人にやさしい街マップ』

商店街とＮＰＯ法人が協働して街マップの作成を行なった。表面は柳原通周辺の街マップ、裏面は柳原通商店街の商店街マップとなっている。『人にやさしい街マップ』の特長は、小さな子供がいるお母さんの視点でマップが作られていることである。おむつ替えコーナーや授乳コーナーがある店舗、施設の位置、歩道のどこにベビーカーの障害となる段差があるかなど細かく記載されている。（後に、その段差情報をもとに歩道がバリアフリー化された。）これらの情報は、全て遊モアに来ているお母さん達からの情報である。商店街側は、柳原通商店街及びその

周辺の店舗、施設情報を提供し、お互いに持ち寄った情報を合わせてマップを完成させた。全国初の親子視点の商店街・街マップということで全国から問い合わせが殺到した。

●実施効果・今後の課題について

遊モアは、愛知県で最初の子育て支援施設の補助金を受けたことで、新聞、テレビなど多くのマスコミに注目された。遊モアが注目されることで柳原通商店街の名前がマスコミに登場するようになった。すると今度は、元気を取り戻しつつある商店街として柳原通商店街が取材されるようになった。また、まめっこの取組みによって、商店街に親子連れの来街者が多くなった。これらのことがきっかけで、柳原通商店街の夏祭りは２万人を集客する商店街イベントに成長した。

また、『人にやさしい街マップ』の作成が、街を再発見、見直すきっかけとなり、今後も『人にやさしい』をコンセプトに街づくりを行なっていく。

●利用した助成金制度など

平成 15～17 年度　経済産業省「コミュニティ施設活用事業（保育サービス施設）」

●商店街の概要・地図

- 柳原通商店街振興組合
- 愛知県名古屋市北区柳原 4-2-3
- 電話：052-915-5550
（連絡先はＮＰＯ法人まめっこ）
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：85 店

柳原通商店街

子育て支援施設「遊モア」

遊モアの内部

43　北野商店街（京都府京都市上京区）

●取組みまでの経緯・実施背景

京都盆地の北西部に位置する北野商店街は、大将軍商店街、西陣千本商店街など北野地区商店街の中心商店街であり、西陣の台所として、また、全国的に有名な北野天満宮への参拝者などに古くから親しまれていた。東西 400ｍと細長く伸びる街区には、81 の店舗が並び、品川フードプール（生鮮市場）やスーパーメッサ（旧北野公設市場）などの高い集客力を有する核店舗の他、和菓子、食事処などの老舗専門店も多く、固定客からも支持され、親密感、信頼関係の高い界隈性を形成してきた。

しかし、近年は来街者が減少し、各個店の売上げは停滞している。商店街としても、駐車場不足、店主の高齢化と後継者対策、IT 活用、空き店舗対策などの課題を解決するため、販促イベントや PR 活動を展開してきた。このような状況の下、平成 13 年に、佛教大学社会学部が北野商店街の調査を行ったのがきっかけとなり、翌年から、北野商店街と佛教大学の交流が始まった。その後、平成 17 年 10 月、佛教大学が学外キャンパスとして、街区にある空き店舗（旧惣菜店）を活用した「コミュニティキャンパス北野ゆいまーる」を開設し、商店街と共同で様々なイベントを行っている。

また、商店街夏祭りへの学生参加、北野商店街インターンシップ研修、商店街前理事長の社会学部ゼミでの講演などが実施され、平成 16 年 11 月には北野商店街・佛教大学連携調印式を行った。その後、佛教大学講師が商店街の理事として選出されるなど、商店街と大学との連携強化が図られている。

●事業概要（内容）

「ゆいまーる」は、町屋風の外観で、ミニコンサートや講演会のできるホールや本格的な厨房施設を備えた 20 坪程度の店舗であり、結い廻る（相互扶助）の意味が込められて命名された。

「ゆいまーる」は、佛教大学にとっては学生のコミュニケーション能力の向上などを目的とし、「フィールドワーク学習」など大学の授業として使用するのをはじめ、学生の活動の拠点、学生起業、営業実習体験の場、地域向け講座、企画や展示のための空間等多目的な利用を想定している。商店街側は、情報発信や街の活性化のための拠点として今後の発展に期待している。

オープンした 17 年度は、京都府の空き店舗補助金を利用していたが、18 年 4 月からは、佛教大学が賃料を負担している。これまで、商店街が企画した「チンチン電車北野線ものがたり」（講演、写真展、ビデオ上映）、「写真で見る明治大正の京都」（写真展）、「北野寄席」（落語）、「天才絵師　長沢芦雪を学ぼう展」など様々なイベントを開催している他、「佛教大生によるカフェ」や「佛教大生などの有志 café サークルによるカフェ　ドルックス」や「佛教大学ＷＳＢ研究会によるセルフヘルプ

商品販売」などを行っている。

佛教大学では、北野周辺のコミュニティペーパーとして、学生が取材、編集に携わる北野新聞を発行し、北野商店街各店舗、「ゆいまーる」で無料配布している他、大学のホームページで北野商店街の個店やイベントを紹介している。

●実施効果・今後の課題について

「ゆいまーる」には、月に 600～1,500 人、多い月には 2,000 人の来訪があり、平成 18 年の 5 月には、入場者 10,000 人を突破した。地元のお年寄りだけでなく若者や遠方からの来訪者もおり、商店街の賑い創出につながっている。また、このような取組みや様々なイベントが地方紙などマスコミに取り上げられ、北野商店街の知名度向上に寄与している。北野商店街の安く親しみやすいイメージが浸透したほか、北野地区の歴史、文化への理解が深まってきたことも大きなメリットである。

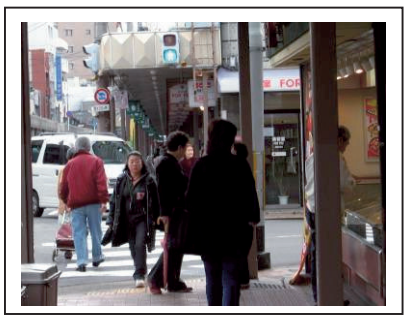
そのような効果を活かし、今後は、商店街として一店逸品運動などへ取り組むことにより、組合員の経営に寄与する活動をしていきたいと考えている。

●利用した助成金制度など

平成 17 年度　京都府「空き店舗対策補助金」

●商店街の概要・地図

- 北野商店街振興組合
- 京都府京都市上京区一条通七本松西入品川フードビル内
- 電話：075-464-2830
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 81 店
- http:// kyotokitano.com/



北野商店街

「ゆいまーる」概観

イベント準備中の佛教大学生の皆さん（ゆいまーる内）

44、59　あけぼの商店街（福岡県久留米市）

●取組みまでの経緯・実施背景

久留米市は、九州の北部、福岡県南西部に位置し、中心市街地は、西鉄久留米駅周辺の市街地再開発や商店街のアーケード整備が進んでいる。平成 10 年の中心市街地活性化法に基づく基本計画により、商店街、久留米市、街づくり会社が連携して事業に取り組んできた。

あけぼの商店街では、大型店の出店や店主の高齢化の影響による空き店舗の解消策としてチャレンジショップ事業を行っていたが、チャレンジショップの出店者が、1 年間の期間終了後に独立開業に結びつかないという悩みを抱えていた。そこで、商店街では、チャレンジショップ事業と並行して、長期的に商業者を育てるため、地元高校生を商業者として育てる事業を行う計画が持ち上がった。

また、近年インターネットを活用して売上げをアップさせている商店街や個店がマスコミなどで紹介されている。そこで、商店街の店主が協力してインターネットを活用した商品販売や販売促進を行う取組みを始めた。

●事業概要（内容）

1．連携の概要

商店街が、地元の商業高校とタイアップして商業者育成事業を行うと同時に、商業者の育成を図るための高校生によるバラエティショップ事業を行っている。概要は以下のようになっている。

(1)「模擬株式会社“ベンチャーズ”」

商店街と久留米商工会議所の発案で、近隣の久留米商業高校の生徒を商業者として育てる事業を行っている。

その方法は「模擬株式会社」形態で高校の授業では学ぶことができない、実際の現場で商業経営を行うものである。平成 15 年、久留米商業高校の一年生 10 名が発起人となり、学生から一口 500 円ずつの出資金を募って資本金 10 万円で模擬株式会社（名称：ベンチャーズ）が開始された。現在は、１学年から６～７名の合計 20 名弱がベンチャーズのメンバーとなっている。社長、総務、販売、仕入れなどを学生がそれぞれ担当するなど実際の株式会社と同様の機能を持ち合わせている。

(2)「バラエティショップ図南」

平成 15 年から、商店街が実施するイベント時に、ベンチャーズが、商店街の支援を受けながら企画、運営する模擬店「バラエティショップ図南（となん）」を出店している。商店街としては将来の商業者を育てる場、高校生としては商業体験ができる場となっている。店舗では、飲食、玩具、衣料品の３種類が販売される。仕入れについては、高校のＯＢなど関係者の協力を得て低価格で購入、仕入れに許可が必要なものは、商店街の店舗が仕入れて図南に 100％委託販売する形態とし

た。商売のノウハウなどは商店街側がアドバイスしている。イベントが終了して数日後に模擬株主総会を行い決算報告がなされる。初回の出店２日間の総売上高は約 45 万円で、利益は約 10 万円となった。

２．情報発信事業

平成 16 年から、商店街ＨＰと携帯サイトをあけぼの商店街独自で立ち上げ、商店街のイベント情報や商店街への新店舗出店情報の発信、収集を行っている。事業の概要は以下のようになっている。

(1) 自分たちで作り上げた商店街ホームページの活用

平成 17 年に、ネット通販を活用して自店の売上げアップを図りたいと考えた店主３人が集まって勉強会を開催した。商店街にはＩＴに詳しい人がいなかったが、技術も徐々に向上し、商店街ＨＰのみならず自分たちの個店のＨＰを立ち上げるまでになった。

商店街ＨＰでは、商店街の案内に止まらず、地域の情報や生活に役立つ情報なども掲載している。また、店舗で扱っている商品のインターネット通販も行っている。現在、販売している商品数は 20 種類である。ＨＰで販売する商品の魅力向上を図ろうと「帆前掛けトートバッグ」といったオリジナル商品を販売する店舗も現れている。

(2) 商店街ＨＰと携帯サイトを活用した相乗効果

ＨＰは商品を並べることをメインと考える一方、携帯サイトは販売促進のためのチラシと考えている。各店舗の場所がわかる地図や駐車場案内、ランチ情報、イベント情報などを掲載している。毎日更新している店舗もある。ほとんどの店主は、パソコンを持っていなくても携帯電話は持っているため、携帯を使って情報更新をすることができるようにしている。紙ベースのチラシと違い携帯サイトへの情報掲載は無料なので若い店主を中心に積極的に活用しており、毎日更新している店舗もある。

●実施効果・今後の課題について

商店街や会議所が企画した模擬株式会社ベンチャーズが設立されたことで、高校生が現場の商業に接する機会が増えた。ベンチャーズの出店したバラエティショップ図南では２日間で 500 人以上の集客があった。高校生の呼び込みの声が大きく、商店街に活気があふれイベントが盛り上がった。また、商業者を育成することも活性化につながることから、本事業は長期にわたって継続していく予定である。

商店街ＨＰのアクセス解析では、相互リンクの効果が順調で、携帯サイトも順調にアクセスを増やしている。アクセス数の増加とともに、飲食店を中心に個店の売上げもアップしている。特に、積極的に情報更新している店舗については、アクセス数、売上げ共に順調に推移している。

ネット通販は週一回程度の注文しかなく苦戦している。今後は商品数を増やすため、他の商店街にも商品掲載を呼びかけ、魅力ある商品構成になるよう計画している。

●商店街の概要・地図

・あけぼの商店街振興組合
・福岡県久留米市六ツ門町 21-1
・電話：0942-32-8542
・商店街のタイプ：近隣型商店街
・店舗数：33 店
・http://www.kumin.ne.jp/akebono/

あけぼの商店街

「バラエティショップ図南」

「帆前掛けトートバッグ」

45　宇宿（うすき）商店街（鹿児島県鹿児島市）

●取組みまでの経緯・実施背景

鹿児島市宇宿は、ＪＲ鹿児島中央駅から２駅、電車で約 10 分の距離にある。ベッドタウンの商店街である宇宿商店街は、生鮮食品販売店や、飲食店の多い地域型の商店街である。近年、次々と進出する大型店に対抗するのではなく、地域生活者のコミュニティの中核となるよう、独自の取組みを展開している。

平成 13 年に、鹿児島県で初めて“まちの駅”事業に取り組み、「まちの駅宇宿」を設置した。立地は商店街のほぼ中央、JR・市電・市バスの停車地点の前という便利な場所に設置し、誰もが利用しやすいよう配慮した。

●事業概要（内容）

まちの駅の設置当初は、空き店舗を活用する“商店街の情報提供スペース”として、各個店の宣伝や商店街イベントのチラシ、パンフレット、パソコンが配置されている程度であった。また、利便性を高めるという意味で、鹿児島市の市電、市バスの回数券、郵便局の切手、印紙を販売していた。その後、商店の販売促進、商店街のイベント広場へと活用の幅を広げ、集客を図っている。

1．「まちの情報、案内所」としての活用

チラシやカタログを設置するだけの一方向の情報提供でなく、常駐スタッフが欲しい商品の販売店や美味しいお店、病院、見所、歴史など知りたいことに答える双方向のまち案内を行っている。

2．「商店の販売促進の場」、「商品の交流拠点」としての活用

「商店の販売促進の場」としては、商店街の組合員の商品を販売したり、逸品商品の展示、商店のチラシを設置してＰＲを行っている。

「商品の交流拠点」として県内外の各地域の団体と連携して、特産品等（食品、陶器、工芸品、雑貨等）を販売している。

また、「恵比寿様」をキャラクターとした宇宿商店街のオリジナル商品を開発、販売している。現在、えびす大福、えびす煎餅、えびす焼酎、えびすスプーンの４品目がある。その他、市民の手作りアクセサリー、クラフト作品の委託販売を行う。

3．「商店街のイベント広場」としての活用

まちの駅の前の広場で、朝市、フリーマーケット、「おじゃったもんせ祭り」など、商店街のイベントを実施している。地域交流の拠点として認知され、多くの人で賑わう。

●実施効果・今後の課題について

“まちの駅”を設置してから５年間で７万人超の集客があった。“まちの駅”が認知され、日々の来街者の買い物途中の休憩場所、憩の場として利用する人が増えている。このことからも、地域の“交流の拠点”としての機能を果たしているといえ

る。また、“商品の交流”も活発に行われ、県内外から集まった特産品の種類も徐々に増えている。

特産物等の商品販売、市電・市バスの回数券販売所としても定着し、売上げは徐々に伸びてきた。しかし、市の交通局が IC カードへの切り替えを推進していることから、今後は、特産物、オリジナル商品、委託販売商品等の販売を一層拡大し、収益を確保していく予定である。

●利用した助成金制度など

平成 13～17 年　鹿児島市「空き店舗対策」補助

●商店街の概要・地図

- 宇宿商店街振興組合
- 鹿児島県鹿児島市宇宿 3-1-1
- 電話：099-257-9690
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：40 店
- http://www.usuki.or.jp/index.html

「まちの駅」の外観

「まちの駅」の店内

イベント開催時の広場

46　十和田市中央商店街（青森県十和田市）

●取組みまでの経緯・実施背景

十和田市中心部の商店街は、縦に長く、七八丁目商店街、六丁目商店街、中央商店街、南商店街から構成されている。これらの４つの商店街は、十和田市商店街振興組合連合会を形成し、かつては東北一と評された約 800 メートルのアーケードで結ばれ、近隣町村からも多くの人々を集客していた。しかし、平成 6 年をピークに衰退が始まったことから、平成 17 年には、十和田市が街区一体で賑わいを取り戻すための「中心市街地にぎわい特区」を申請し、認定された。

空洞化の背景には、平成 5 年に、近隣の下田（おいらせ町）に大型ショッピングセンターが進出し、次いでホームセンターや家電量販店等の周辺地区への出店が続いたことがあげられる。その後、中心部の核であった地元総合スーパーやデパートは撤退、客足は遠のき、空き店舗が目立つようになってきた。現在、4 商店街のそれぞれ約 2 割が空き店舗であり、街区の中央に位置している全長 210ｍの十和田市中央商店街も、31 の店舗が営業しているのに対して 12 の空き店舗・空地がある。

このようなことから、十和田市中央商店街は地域に活気を取り戻すべく、「にぎわい特区」の認定を活かしながら、地域の人々と連携してイベント事業に取り組むことになった。

●事業概要（内容）

地区一体が「にぎわい特区」として認定されたことにより、地域参加型のまちづくり計画に基づく交通規制の実施が可能になり、路上空間を有効利用して、多彩なイベントが積極的に展開されている。特に、商店主の高齢化や人材不足を補完するものとして、「十和田市中心市街地にぎわい特区協議会」の支援により、「十和田 NPO 子どもセンター・ハピたの」、「駒ネットワーク十和田」「北里大学生会」「めぐみ保育園」「市農協」「中央商店街振興組合」の有志 70～80 人が市民ボランティア「商店街おたすけ隊」を結成して、オープンカフェ、フリーマーケット、産直野菜販売、コンサート等の路上イベントを実施している。商店街では思いつかないアイデアを「商店街おたすけ隊」が提案するといった市民中心の参加型イベントが展開されている。

また、特区では、4 つの商店街が協力して「とわだストリートフェスタ」と称する歩行者天国を活用してにぎわい空間を創造するイベントを行っているが、イベントを自主的に運営するのも「商店街おたすけ隊」である。

平成 17 年度には「こどもストリートフェスタ」、18 年度には「駒っ子馬車にのろう」「ちびっこカラオケ大会」「忍者修業道場」「ＢＯＮおどりフェスタ」「秋のふれあい味祭り」「サンタが街にやってくる」など、たくさんのイベントが実施されてきた。イベントの内容は、街の将来の活性化を期待して子供向けが多く、家族が揃って楽しめるよう意図している。

●実施効果・今後の課題について

「とわだストリートフェスタ」の期間中には、多くの市民が商店街に訪れるようになった。各種イベントに取組むことにより、組合員の結束が強化された。また、メディアに注目され新聞、テレビなどで紹介されるなどにより、十和田市中央商店街の知名度は高まった。平成 18 年度は、商店街に賑わいを戻し、市民に店の人の顔を知ってもらうことを目標としていたが、19 年度以降は、各商店にとってもメリットを感じてもらうことを課題としている。そのため、地域通貨、一店逸品運動などへの着手を考えている。

●利用した助成金制度など

十和田市にぎわい特区協議会イベント補助金

●商店街の概要・地図

- 十和田市中央商店街振興組合
- 青森県十和田市稲生町 16-42
- 電話：0176-25-6885
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：31 店
- http://www.towadachuo.com/

十和田市の位置（十和田市ＨＰより）

十和田市中央商店街

ストリートフェスタ
（忍者修行道場）

ストリートフェスタ
（フリーマーケット）

47　ハッピーロード尾山台（東京都世田谷区）

●取組みまでの経緯・実施背景

ハッピーロード尾山台（公式名　尾山台商栄会商店街振興組合）は、東急大井町線の尾山台駅から環状八号線まで約 500Mに約 150 店舗を擁する商店街である。商店街の顧客の中心は近隣の住民であるが、近くに大学もあることから駅の利用客をはじめ人通りは多い。

尾山台商店街では、買い物客だけではなく、この地域に生活する人々が「ここに住んでよかった」と思えるようなまちにしていきたいという思いから、小中学校、近隣の自治会、地域団体、住民などに働きかけ、懇談会を開催して地域ぐるみで話し合う場を設けた。その結果、高齢者や子供に安全・安心を提供できるまちづくりに取り組むことが決められた。また、地域コミュニティ形成を懇談会の目的とし、名称を「おやまだいコミュニティ」（通称：おやコム）と定めた。

●事業概要（内容）

これからの商店街にできることは何かを模索していたところ、地域と共生することが大事であるとの考えから、平成 15 年 9 月に「消費者懇談会」を開催することになり、近隣の学校、自治会、地域団体、住民、商店街がメンバーとなって初めての会合が行われた。

地域に住む高齢者や子供が安心して暮らせるまちづくりをテーマに話し合いを行ったところ、「交通」「防犯」「防災」「交流」などについての取組みに関する意見が寄せられた。以後継続して懇談会を開催することになった。その結果昨今の震災の発生後の地域の連携の重要性と子供から大人まで参加できる取組みになることを考えた結果、防災訓練や救命講習を行うこととなった。防災訓練は、年に 1～2 回程度、世田谷区地域振興課等の協力を得て実施している。

普通救命講習は防災訓練の実施にあわせて行っている。できるだけ多くの住民に参加してもらうための工夫である。災害時を想定して訓練参加者が持ち寄った野菜で鍋を作ることもコミュニケーションの活性化に一役買っている。また、警察の指導により、「防犯パトロール」の注意事項や身近に起こる犯罪について学ぶための「防犯講習会」も行っている。

商店街が中心となって立ち上げた「おやコム」は、地域において住民や小中学校などを結びつけるための重要な役割を担っており、防災訓練などの各種取組みがその媒体の役目を果たしている。

●実施効果・今後の課題について

商売を念頭に置いた取組みを行うのではなく、消費者とのコミュニケーションを図っていくことは、商店街が地域と共生し、それが両者によい効果をもたらすことになるとの認識をお互いに共有できることとなった。

商店街内部の同意や、地域の人々に活動を理解してもらうところに難しさはあったが、懇談会を継続することや、取組みを続けることで、徐々に賛同を得られた結果、現在の「おやコム」の存在がある。効果がすぐに表れなくても、概ね 10 年先を見据え、基礎作りからさらに発展した段階の取組みを行うことを意識している。

今後は、商店街のイベントの中で、地域の子供や高齢者にも喜んでもらえるような仕組みづくりを、今までより一層強化していきたいと考えている。

●利用した助成金制度など

平成 17 年度　世田谷区まちづくりファンド　消費者懇談会事業
平成 18 年度　世田谷区市民活動課地域コミュニティ活性化支援補助金　消費者懇談会事業

●商店街の概要・地図

- 尾山台商栄会商店街振興組合
- 東京都世田谷区尾山台 3-21-7
- 電話：03-3701-1555
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 150 店
- http://www.oyamadai.com/

地図は http://www.oyamadai.com/から転載

「ハッピーロード尾山台」

「防災訓練」

「懇談会の様子」

「販促活動や消費者に向けた情報発信を行いたい。」

⑮集客イベント

49　柏崎市諏訪町商店街　（新潟県柏崎市）……105
50　一本杉通り商店街　（石川県七尾市）……107
51　石橋商店街　（大阪府池田市）　⇒73Ｐをご覧ください。
52　神戸元町１番街商店街、元町三、四、五、六丁目商店街　⇒76Ｐをご覧ください。
（兵庫県神戸市中央区）
53　紺屋町商店街　（島根県浜田市）……109
54　おびさんロード商店街　（高知県高知市）……111
55　直方市4商店街　（福岡県直方市）……113
56　唐人町商店街　（佐賀県佐賀市）　⇒22Ｐをご覧ください。
57　八代本町一丁目商店街　（熊本県八代市）……115

⑯販促ツール・インターネット活用

58　泉町二丁目商店街　（茨城県水戸市）……117
59　あけぼの商店街　（福岡県久留米市）⇒95Ｐをご覧ください。

⑰各種カード事業

60　岩内町名店街　（北海道岩内郡岩内町）
⇒43Ｐをご覧ください。
61　羽衣商店街　（東京都立川市）……119
62　長田神社前商店街　（兵庫県神戸市長田区）……122
63　佐世保俵町商店街　（長崎県佐世保市）……124

49　柏崎市諏訪町商店街（新潟県柏崎市）

●取組みまでの経緯・実施背景

柏崎市の人口は約 98,000 人である。柏崎市諏訪町商店街振興組合は、昭和 42 年に設立された。柏崎駅から 1 駅先の東柏崎駅を最寄りとする商店街である。近年は、大型店の進出、高齢化による廃業、組合員の減少と商店街を取り巻く環境は厳しい。現在、組合店舗数は 10 年前の約半分の 29 店舗にまで減少している。そんな中、理事長を中心に歴代理事長たちで構成される事業部会が、商店街には生鮮品を販売する店舗が少ないため、少しでも生鮮品を買いに来る来街者を増やそうと、平成元年からイベント事業「びっくり市」を開催することとなった。平成 5 年からは「びっくり市」(現在はびっくり朝市) を拡大して年に 2 回「ガラクタ市」を開催している。

また、平成 9 年にはメダカのイメージキャラクターを作成し、アーケードの看板に飾るなど、商店街のイメージアップに役立てている。また、平成 18 年度からは空き店舗を利用してメダカの水族館を開き、子供を中心に地域住民とのコミュニケーションに役立てている。

●事業概要（内容）

平成 5 年から始まった「ガラクタ市」は、毎年 6 月と 10 月にフリーマーケット、近隣農家等による野菜販売をはじめ、昭和の懐かしい時代の雑誌、玩具などを集めた「ガラクタ大骨董市」、屋台村の設置のほか、商店街の空き店舗を利用して昭和の民家を再現した「昭和レトロ館」を開館する等いろいろなイベント実施し、来街者を呼び込む工夫を施している。「びっくり朝市」は、平成 17 年から、8 月のお盆前日の朝 9 時から 12 時まで開催している。農業振興公社、やさしい玉子養生卵、じょんのび村（近隣にあるレジャー施設）等が出店している。商店街は店先の貸し出しだけでなく、花の発芽苗を来街者にプレゼントしたり、やきとり、かき氷等の屋台を出店するなど賑わいを演出している。「ガラクタ市」は「びっくり朝市」の拡大版として行われているものであり、両イベントは少しでも多く来街者を呼び込もうとする試みである。

また、平成 9 年に商店街のシンボルマークを決めることになり、顧客にアンケート調査をしたところ、郊外にも生息している「メダカ」がよいとの意見が出された。子供から大人まで親しみやすいキャラクターであり、商店街でも数人が飼っていたこともあり、絶滅危惧種のメダカに、生き残りを賭けた商店街を掛け合わせるという思いから「メダカ」を商店街のキャラクターとして決定した。現在アーケードの看板にも使用されており商店街のマスコットになっている。平成 18 年から空き店舗に水槽を 4 個並べ、小さな水族館「諏訪町メダカの水族館」をオープンさせ来街者の目を楽しませている。

平成 17 年からはイベントの他に各個店の店先にフラワーポットを設置して花の植え込みを行ったり、アーケードの支柱に花を飾り付ける等、より一層商店街が華

やぐよう工夫を凝らしている。

●実施効果・今後の課題について

特に「ガラクタ市」は人気イベントとして定着している。「ガラクタ市」の期間中は、折り込みチラシの配布の告知だけで 5,000 人以上の来街者があり、フリーマーケットとしては市内で 2 番目の規模になった。

来街者プレゼント用の発芽苗は理事長の自宅の庭で種まきをして育て、来街者にプレゼントしている。「できるだけお金をかけないことが長くイベントを続けられる」という考えから、ポスター作りやイベント運営は商店街の組合員により手作りで行われ、コストダウンにもつながっている。これまでのイベント等の取組みがなければ、商店街としての形態を維持することができなかったという思いもあり、今後も継続した活動を続けていきたいと考えている。

●利用した助成金制度など

「平成 18 年度　柏崎市あきんど支援助成事業」

●商店街の概要・地図

- 柏崎市諏訪町商店街
- 新潟県柏崎市諏訪町 13-10
- 電話：0257-22-3212
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 29 店
- http://park14.wakwak.com/~suwachou/

諏訪町商店街

ガラクタ市

メダカ水族館

50　一本杉通り商店街（石川県七尾市）

●取組みまでの経緯・実施背景

能登半島の中核都市である七尾市は、中心市街地の空洞化がすすむ中、創作のれん（一般的な外のれん）やパブリックアートを設けるなどの事業を通じて『のれんとアートの町』としての商店街イメージ形成をし、賑わいの創出を図ることとなった。平成 16 年、ろうそく店や醤油店など４店舗について登録文化財に申請を行い登録された（現在は５店舗）。商店街では文化財として登録されている５つの建物を活用し、同時にソフト事業を行うことが効果的であると考えていた。

ちょうどその頃、商店街の女将さんグループ「Ｏｈ－Ｇｏｄ」から能登、加賀、越中地方の伝統風習で使われる「花嫁のれん」を使った事業の提案を受けて、平成 16 年４月 29 日から 11 日間、通りの店舗や民家の屋内に花嫁のれんを展示する「花嫁のれん展」を行うこととなった。32 軒が参加し、花嫁のれん 57 枚が展示され、約１万人の人出と当初の予想をはるかに超えるイベントとなった。年々評判が広がり、平成 18 年の第３回花嫁のれん展では、50 軒の参加、150 枚ののれんを展示し、来街者数約８万人と大きな賑わいをもたらすイベントとなった。

●事業概要（内容）

１．『花嫁のれん展』

花嫁のれんは、幕末から明治時代初期のころより庶民生活の風習の中に生まれた独自ののれんであり、同地方ではほとんどの家で花嫁のれんを保有している。花嫁のれんの価格は 20 万円程度、高価なものでは数百万円にもなる。個別に作成するので１つ１つがオリジナルである。あらかじめ登録された店舗及び民家に花嫁のれんが展示される。風習では本来のれんを仏間に飾るのだが、花嫁のれん展の時には店舗の場合は店奥に、民家では玄関先に飾られている。

展示されている半数以上の花嫁のれんは、商店街、町会以外の住民から借りたものである。１回目の花嫁のれん展時には公募でのれんを集めたが、２回目以降は１回目のイベントに訪れた人達から自分の所有する花嫁のれんを飾って欲しいという要望が殺到している。

２．『語り部処』

花嫁のれん展時に、各店主が来街者に飾ってある花嫁のれんのエピソード（嫁入り時の苦労話など）を“語った”ところたいへんな評判になった。借主から花嫁のれんのエピソードのメモを貰い、店主がメモに基づいて“語り”を行なう。“語り”をきっかけに一本杉商店街では、お客様が来たらサービスの一環としてコミュニケ

ーションを取ることが大事であるとの認識を持った。商店街の 13 店舗が『語り部処』として登録し、語り部処マップを作成してＰＲしている。店主が「語り部」となって、花嫁のれん展時だけではなく年間を通じて自分の店の逸話などを伝えている。

●実施効果・今後の課題について

花嫁のれんを飾るだけでなく“語り”を加えることでイベントとしての付加価値があがっている。マスコミで多く取り上げられたことや口コミによって、一本杉通りを訪れるリピーターは着実に増加し、約２週間のイベント期間中に２度３度と来街する人もいる。しかし、急激に来街者が増加したため、町に受け入れ体制が整備されておらず、飲食機能や各種案内機能の充足が課題となっている。

●利用した助成金制度など

平成 16～18 年度　七尾市「七尾市商店街連合会事業補助金」

●商店街の概要・地図

- 一本杉通り振興会
- 石川県七尾市檜物町 57-10
- 電話：0767-52-1231

（※住所・電話は七尾まちづくりセンター㈱）

- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：45 店

花嫁のれん

登録重要文化財『鳥居醤油店』

語り部の様子

53　紺屋町商店街（島根県浜田市）

●取組みまでの経緯・実施背景

浜田市は島根県西部の中心都市で人口約 63,000 人である。紺屋町商店街は昭和59 年に設立されて以来親しまれてきたが、駅前に新しい商店街が出現し、平成 3 年に広島と浜田を結ぶ浜田自動車道の開通による消費人口の流出など、厳しい環境におかれるようになった。この状況を打開するため、平成 5 年度に中小商業活性化事業（調査、計画策定事業）を実施した。その消費者調査の結果、商店街の知名度の低さ、アクセスの不便さ、更に各個店の魅力の無さなど手厳しい消費者の声が集まり、紺屋町商店街の組合員に危機感が生まれた。そこで、まずは知名度のアップのためイベント事業を展開していくことが決められた。

さまざまな議論を重ねた結果、平成 7 年から手がけた事業が、「大漁綱引き大会」である。3 年間続けていたが、地域住民にもっと参加してもらおうと、企画内容を「食の市」に変更し、今では毎年実施している「こんやまち秋祭」へと規模を大きくしていった。商店街組織も定期的にイベントを実施する体制が整い、今では 1 年を通して多様なイベントが実施されるようになった。

●事業概要（内容）

毎年、商店街組合員が商店街の知名度向上と活性化を目指して、工夫を凝らしたイベントを行なっている。特徴は全ての行事に商店街の人たちの手作り感が出ていることである。子供達にターゲットを絞り、イベントを行なうことにより、若い親子連れの来街を促すこととした。できるだけお金をかけないことが長くイベントを続けられるという考えから、ポスターやイベントは商店街の組合員により、手作りで創られコストダウンにもつながっている。

1. 春らんまん（3 月上旬）

桜の音楽会、フリーマーケット、各店舗に春の花と雛祭りのテーブルコーディネイト、写真展、県大生の大道芸、屋台等を平成 15 年から実施している。

2. こんやまち春まつり（4 月下旬、浜田市「浜っ子春祭り」に参加）

大名行列、屋台、歩行者天国、子供の手作り鯉幟、フリーマーケット、子供神楽体験等を平成 11 年から実施している。

3. 土曜夜市（6 月末から 7 月、毎週土曜日開催）

七夕フェスタ（浜田市内の幼稚園、保育園児が書いた短冊を飾りつける）、ゆかたを着て夕涼み、アロハで常夏気分、屋台を昭和 63 年から、また、県大生による大道芸等を平成 12 年から実施している。

4. こんやまちの月待ち（9 月上旬）

食の店の月待地限定メニュー（商店街のお母さんの山菜おこわ等）、ジャズ演奏、天体観測、屋台、フリーマーケット等を平成 14 年から実施している。

集客イベント

5. こんやまち秋まつり（11 月上旬）
　浜田市内の幼稚園児・保育園児による絵の展覧会、「未来のピカソ展」がイベントの中心になっている。市内 20 園の園児より約 700 枚の絵を出品して貰い、世界子供美術館館長の審査により入選者を表彰する。他に名物駅弁大会フリーマーケットのイベント等を平成 10 年から実施している。
6. 光のこんやまち（12 月）
　街路にクリスマスツリーを 15 本設置し、イルミネーションで飾っている。各個店でもクリスマステーブル＆キャンドルコーディネイトの手作りおもてなしを平成 6 年から実施している。

●実施効果・今後の課題について

　平成 5 年度の消費者調査結果から少しでも地域住民に商店街を理解してもらおうと集客イベントの実施に取り組む等、組合員の協力体制ができてきた。多くのイベントを手作りで実施することにより商店街の知名度も徐々に上がり、賑わいのあるイメージも定着しつつある。特に園児を対象にした「子供の手作り鯉幟」「七夕フェスタ」「未来のピカソ展」の実施等により、家族で来街する機会が増え、地域住民と密接な関わりができた。また、個店の意識の向上もあり 2/3 以上の店舗で売上げが増加した。

●利用した助成金制度など

平成 18 年度　浜田市「商店街活性化事業」

●商店街の概要・地図

- 浜田市紺屋町商店街振興組合
- 島根県浜田市紺屋町 81-3
- 電話：0855-23-4352
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 43 店
- http：//www.konyamachi.com/

紺屋町商店街

こんやまち秋まつり

未来のピカソ展

54　おびさんロード商店街（高知県高知市）

●取組みまでの経緯・実施背景

高知市中心街を貫く大型アーケード街に平行する「おびさんロード商店街」はメインのショッピング街の裏通り的なイメージが強かった。このイメージを払拭するため平成５年より環境整備に取り組み、帯屋町公園の再整備、電線類の地中化、高度化資金を活用してカラー舗装を実施するなど、街路景観整備を順次行っていった。“南欧の街角のようにおしゃれでクラシック”な街路を意識したデザインで、一部個店の改装も含め、平成７年に南欧風のオープンモール商店街に生まれ変わった。

環境整備とあわせて、数多くのイベント事業を展開し、集客を図るとともに商店街の認知度を高めてきた。継続実施しているイベントの１つに街路を利用した「フリーマーケット」がある。これは公園などで開かれることが多かったフリーマーケットを、商店街を通行止めにして街路にシートを敷いて、各々が商品を並べて行うというもので、平成７年４月から毎月２回ペースで開催している。出店料は１回 1,500 円で、事前に申し込めば家庭の不用品や古着等を販売する一般の方も出店できる。当初は珍しさもあり毎回多くの人で賑わっていたが、最近は、他所でも同様のイベントが開催され面白みが薄れてきた。

そこで従来のフリーマーケットとは別に、街路景観を整備してつくりあげた商店街の“南欧風のイメージ”に合った、この商店街らしいおしゃれなマーケットの開催が検討された。結果、ヨーロッパの蚤の市を意識した、こだわりの“食とアート”に特化した市（マルシェ）が企画され、平成 17 年１月に青年部の有志、地元学生、まちづくりに興味のある住民等からなる実行委員会が発足し、同年３月に第１回目「おびさんマルシェ」が開催された。

●事業概要（内容）

「おびさんマルシェ」は、年間５回、正月イベントのある１月を除く奇数月に開催している。商店街を通行止めにし、11 時から 21 時まで車道に 40 ブース（1 ブース 3m×3m）を用意する。

“食とアート”にこだわり、「高知の美味しいもの」、「高知発のアート」を集め発信していくという趣旨の元、野菜のソムリエが選んだ地場野菜の店、オープンカフェ、手づくりアクセサリー、自分でデザインした洋服、絵画、ポストカードなどを販売する店の出店、また、音楽やダンスなど各種パフォーマンスも行われる。出店して創作作品を並べる若者の中には、将来、独立して店を持ちたいとか、プロのデザイナーを志望するものも多く、良い発表の場となっている。

商店街の個店に対しても店舗での営業の他にブースに出店することを薦めている。実際、飲食店や陶器店、雑貨店などが参加し売上げをあげている。

出店料は１回 2,000 円であるが、商店街の組合員が出店する場合や、パフォーマンスを行うだけの参加者は無料。その他、独自の出店条件として、各自でテントや

テーブルを用意してもらうが、路面にシートを敷いて商品を陳列することは禁止し、必ずテーブルや台に載せるなど、おびさんロードの雰囲気に合ったおしゃれな出店スタイルを保ってもらうこととしている。

実行委員会が事前に出店希望者と面接を行い、こうした趣旨や条件を理解し賛同してもらう。この段階で、イメージにあった出店者に絞込むことで、「おびさんマルシェ」の雰囲気を維持している。

●実施効果・今後の課題について

「おびさんマルシェ」を開催している日曜日は、通常の日曜日に比べ、商店街に10倍以上の集客がある。マルシェを目的に来街する10代、20代の若者が多いが、昼間は中心街で買い物をした帰りに、わざわざ「おびさんマルシェ」に寄る主婦、家族連れの姿もあり、路地裏通りへの回遊性という点でも効果をあげている。

店舗での営業の他に当日道路に出店している個店にとっては、売上増、新規顧客獲得にもつながっている。

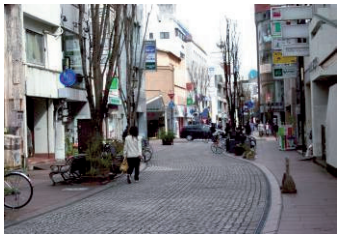
今後も引き続き、若者が集まるおしゃれな「おびさんマルシェ」を維持するとともに、この集客を商店街の個店や通常期の商店街の来街者増につなげていきたい。

●利用した助成金制度など

公益信託　高知市まちづくりファンド
（まちづくりを行う市民団体に助成される基金制度）

●商店街の概要・地図

- おびさんロード商店街振興組合
- 高知県高知市帯屋町2-1-3
- 電話、FAX：088-871-6527
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：120店
- http://www.kochikc.co.jp/obisun/index.html



おびさんロード商店街

「おびさんマルシェ」の様子

55　直方市４商店街（福岡県直方市）

古町商店街　　須崎町商店街
殿町商店街　　明治町商店街

●取組みまでの経緯・実施背景

炭鉱都市として栄えてきた直方市は、石油へのエネルギー資源のシフトによる炭鉱衰退、また鉄道開業にともなう消費者流出という二重の経済危機にさらされることになった。このような中、毎月 5 日の庚申神社の月次祭に遠方からの参拝客が多いので、この日にあわせて商店街で行事をしてはどうかという提案があり、特売デーを毎月 5 日に設け、「五日市」と名付けた。『欲しいものを欲しい時により安く』をコンセプトに、昭和 35 年には当時日用品として手に入りにくかった石鹸の原価販売を行ったり、昭和 41 年から五日市に来たお客向けのおせったいとして「五日市うどん」を提供したり、その時代時代のお客様が望むものを提供し続けることで五日市を定着させていった。

●事業概要（内容）

毎月 5 の日は「五日市」を開催。直方古町商店街振興組合が五日市委員会を組織して始めた取組みが、46 年継続して行われ、筑豊最大の市となっている。なお、現在の五日市委員会は 4 つの商店街で形成されている（古町商店街、須崎町商店街、殿町商店街、明治町商店街）。平成 18 年で 570 回以上の開催となる。五日市の参加店は約 110 店である。個店はそれぞれ任意で割引額（率）を決定している。空き店舗の前には出店（でみせ）が出る。出店の販売商品は乾物が中心である。出店希望者は、オーナーと直接交渉を行い、出店が決定したら、五日市委員長へ広告掲載料を支払い、五日市のチラシに広告を掲載する。出店希望は多く、空き店舗前の出店もいっぱいで、現在古町商店街での出店場所はほとんどない。

五日市の期間中は以下のような取組みを行っている。

1. 五日市うどん

営利目的ではなく、「おもてなし」としてうどんを低価格で提供している。経費をいくらかでも負担していただこうということでお客様より 150 円いただいている。他に肉うどん 200 円、天ぷら 3 枚 100 円がある。

2. 無料バス

五日市への来街者、特に高齢者の利便性を高めるため、商店街が無料バスを運行している。嘉穂郡、鞍手郡、宗像郡、中間市を結ぶ 7 路線で 4 台のバスが運行している。

3. 運賃無料の五日市列車

集客のために第 3 セクター「平成筑豊鉄道」と運賃契約を行い、1 日 1 本運賃無料の特別列車「五日市列車」を運行している。来街者は、直方までの一定区間で乗

り降りが自由である。

4. 託児サービス

五日市の期間中、託児サービスを実施している。託児サービスの料金は 4 時間で 50 円である。資格を持った保母さんが 1 ～ 2 名常駐する。

●実施効果・今後の課題について

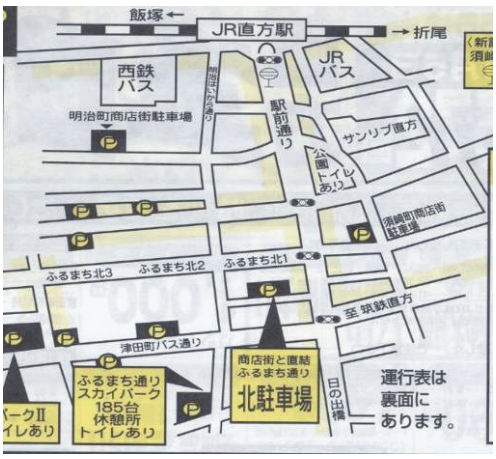
直方だけでなく筑豊地方全体から集客があり、大いに賑わっている。全長約 1 キロの商店街で 1 万人の集客がある。商店街立地の条件などを考慮してもかなりの集客があるといえる。現在「五日市委員会」や商工会議所、行政などが一同に集まって事業に関して協議を行う場を設けており、それをきっかけとして、今まで前面に出ていなかった商店街の後継者も市の運営に参加するようになった。これからはその若手の後継者たちと新しい活動を推進していくことが期待される。

●利用した助成金制度など

直方市･商工会議所「顧客導入費」

●商店街の概要・地図

- 協同組合直方市商店連合会
- 福岡県直方市古町 8-8
- 電話：0949-22-1798
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 75 店



古町商店街

五日市の賑わい

五日市ののぼり

57　八代本町一丁目商店街（熊本県八代市）

●取組みまでの経緯・実施背景

八代本町一丁目商店街は、周辺のスーパーとともに栄えてきた八代市の商業の中心地にある。しかし、平成 16 年 11 月にイオン八代 SC、平成 17 年 6 月にゆめタウンがオープンし、核であった商店街周辺のスーパーは相次いで撤退した。商店街の通行量は 3 年前と比較して約 7 割にまで減少した。

商店街では、理事長を中心に大型店対策を検討するうち、まずは商店主たちが同じ方向を目指して行動する団結力を高め、そしてその上で、物だけでなく人（商店主）も名物にすることで大型店に対抗しようと考えた。

そこで平成 16 年より“商店街を元気にすること”、“街にやってくる人を増やすこと”を目的に、商店主らが劇団「やっちろ笑店街」を結成した。その活動の輪を徐々に広めている。また、女性部「ざぼネーゼ」の活動も活発で、1 年間準備をすすめる「ひな祭り」や「おかみさんデー」（隔月開催）では、来街者のもてなしイベントを実施。劇団のＰＲと女性部のもてなしで、“顔の見える商店街づくり”に取り組んでいる。

●事業概要（内容）

1．劇団「やっちろ笑店街」の取組み

店主が 1 つにまとまり、商店街に人を呼べる手段として選択したのが「お笑い劇団」で、若手商店主を中心に結成された。劇の内容は、店主も名物のひとつとなれるよう八代の“八”にちなみ七福神に貧乏神（節約の神様）を加えた“八福神”のキャラクターを考え、商店街を舞台にしたストーリーとなっている。毎晩夜八時から練習を重ね、「ひな祭り」イベント初日に 1 日 3 回公演を実施。空き店舗を活用した定員 100 名の即席劇場は、毎回満員御礼となる程の人気である。生公演だけでなくいつでも上映できるよう映像制作も手がけ、子供も楽しめる内容のビデオドラマ、「パパは彦レンジャー」（平成 17 年）、「やっちろ子ども新聞社」（平成 18 年）は、東京ビデオフェスティバルで 2 年連続佳作に入賞した。ひな祭り、夏の土曜市などイベント時に上映するほか、ビデオの貸し出しも行っている。

また 2 年目から、劇団のキャラクター「八福」をブランド化したオリジナル商品の開発を始めた。手始めとして商店街のひな祭りイベントの会場で開発商品の八福茶、八福パウンドケーキ、八福大福、八福パンを個数限定で販売したところ好評だった。

2．女性部「ざぼネーゼ」の取組み

本町一丁目から 3 丁目、および通町商店街が共同で設定している偶数月の 15 日「いちごの日　おかみさんデー」では、各商店街がそれぞれ独自の催しを行っている。本町一丁目商店街の約 20 名のおかみさんが所属する「ざぼネーゼ」は、沿線物産販売や空き店舗でのお茶接待によるおもてなしを行い、買い物客に喜ばれている。ま

た、2 月上旬から 3 月中旬まで開催される「ひな祭り」では、約 1 年間かけて制作した手作りの雛人形、つるし飾りが各店の店頭を華やかに飾っている。休憩所となる空き店舗では 20 人で作りためた約 1,000 体の手作り千代紙人形が展示され販売も行われる。

●実施効果・今後の課題について

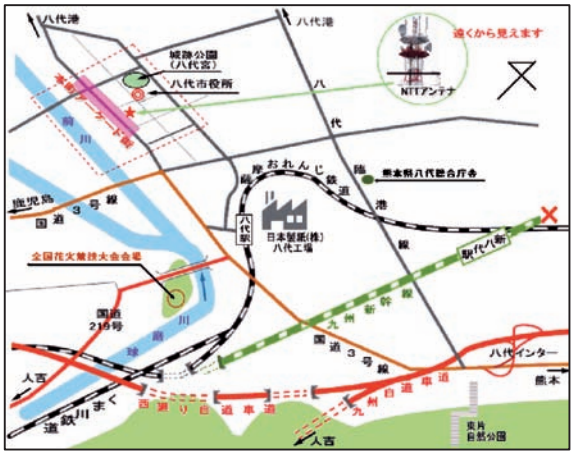
劇団「やっちろ笑店街」の活動を通して、商店主同士の結束力が非常に高まり、地域とのつながり、お客様とのつながりも密になったと感じている。アンケートでは、商店街と劇団に対する応援メッセージが多数寄せられる。多くのメディアに取上げられたこともあり来街者との会話のきっかけとなっている。今後は劇団から派生した「八福」ブランドを活用して、常時販売できる商店街のオリジナル商品や、各個店が「八福」にちなんだ独自商品の開発を行い、さらなる集客を図っていく計画である。イベントで商店街と劇団の認知度が高まり、人が集まったところで個店の販売につなげていく計画である。

「ざぼネーゼ」の空き店舗を利用したお茶接待と楽しい会話はお客様に大変喜ばれ、特にひな祭りの展示販売は、毎年市内外から多くの人を集めている。

平成 17 年 6 月の大型店ゆめタウン出店時には、60 店舗中 49 店舗と 11 店舗が空き店舗となるまで落ち込んでいた。こうした取組みの甲斐があり、新規出店希望者が増え、平成 18 年 9 月末段階で 4 店舗がオープンし、53 店舗にまで回復した。

●商店街の概要・地図

- 本町一丁目商店街振興組合
- 熊本県八代市本町一丁目 6-17
- 電話：0965-32-3066
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：53 店
- http://hon1.hp.infoseek.co.jp/index.html



八代本町一丁目商店街

やっちろ笑店街の八福神

ざぼネーゼによる雛飾り

58　泉町二丁目商店街（茨城県水戸市）

●取組みまでの経緯・実施背景

水戸市は、茨城県庁の所在地として、また神社仏閣などを中心とした観光都市として繁栄している。中心商店街は、百貨店やおしゃれな買回品店が立ち並び、日曜・休日には県内全域から人が集まる賑わいを見せていた。しかし、郊外への大型店の出店により、中心地からの百貨店の撤退など中心商店街は衰退の兆しがあった。

泉町二丁目商店街は、中心商店街のメイン通りに位置する。そのような中、泉町二丁目商店街振興組合の理事長は、今までのように市外から集客することだけではなく、地域住民をターゲットにした活性策を実施することでの商店街の復興を模索していた。企画・広報企業の経営者でありタウンマネージメントの知識を持つ知人に相談を持ちかけたところ、地域住民との関係を深くするためには、まず商店街の個店を再認識してもらうことが必要とアドバイスを受けた。これをきっかけに共同で商店街活性化に資する取組みを行うことになり、二人三脚で、街の再構築を図り、市内住民の商店街への再認識を目指す『商店街ガイドシステム』を構築していくこととなった。

また、平成 18 年３月に商店街の隣接地に京成百貨店が出店した。商店街ではこれをよい機会と捉え、百貨店から商店街へ消費者を誘引するため、百貨店にはない個店の特徴を打ち出すこととした。

●事業概要（内容）

１．『商店街ガイドシステム』

（1）３媒体を活用した商店街の紹介

商店街ガイドシステムでは、商店街ＨＰ、携帯サイト、ガイドブック（冊子及びチラシ）を活用して商店街の個店情報を紹介する。３つの媒体にした理由は、①幅広い地域住民に個店情報を紹介するため、ＨＰ以外に、若者向けには携帯サイト、高齢者等向けにはガイドブックと媒体を使い分けた、②市街地のパソコン普及率は50～60％となっておりＨＰを補完する形で普及率90％以上の携帯サイトを活用、同時にガイドブックを 7,500 世帯に配布した、③ガイドブックは年１回発行で商店街個店の基本情報を掲載している。それを補完するためＨＰ上で個店の詳細情報や季節ごとのトピックを掲載している。さらに携帯サイトには同じ内容の簡易版を掲載している。ＨＰ及び携帯サイトでは、情報を週１回更新することで常に新しい情報を地域住民に提供している。

（2）商店街の特徴を紹介する『ひとびと』『ひとしな』

扱っている商品の特徴や働いている店主・従業員を紹介することで、消費者に商店街の個店に興味を持ってもらい、気軽に入店してもらえるよう敷居を低くすることが必要と考え、ＨＰ上に『ひとびと』『ひとしな』というコーナーを設けた。『ひとびと』では商店街に関わる様々な人を紹介している。また、『ひとしな』と

いうコーナーでは店舗の逸品を紹介するとともにクーポン（割引・サービス等）を発行して集客を図っている。平成 19 年からは、毎月発行されるチラシに『ひとしな』を掲載してＨＰとの相乗効果を図っている。

●実施効果・今後の課題について

商店街ガイドシステムによって、新規顧客開拓につながり個店の売上げがアップした。事業開始当初は、商店街会員はシステム導入に難色を示していたが、現在では会員の理解、協力も十分得られるようになった。また、会員がＨＰによるプロモーション活動に積極的になり自店の情報の提供頻度が多くなっている。

週に 1 回のＨＰの掲載内容の更新を行っているため、情報の鮮度が非常に高く商店街イベント情報も多く盛り込んでいるため、消費者に飽きさせないＨＰ作りができており、平成 17 年には多い時で月に 500 件だったアクセス件数が、現在では月に 10, 000 件を超えることもある。

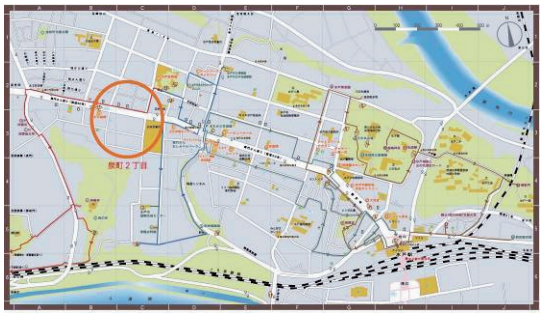
今後は、京成百貨店との間でイベントや広告宣伝などにおいて協力体制を構築し、集客の向上を図る予定である。

●利用した助成金制度など

平成 17～18 年　水戸市「商店街リフレッシュ事業助成金」

●商店街の概要・地図

- 泉町二丁目商店街振興組合
- 茨城県水戸市泉町 2-3-5
- 電話：029-233-7890
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：48 店
- http://www.izumi2.com/pc/



泉町二丁目商店街

商店街ホームページ

商店街ガイドブック

61　羽衣商店街（東京都立川市）

●取組みまでの経緯・実施背景

羽衣商店街はＪＲ南武線西国立駅から程近い住宅地に立地している。商店街はおよそ 80 店舗で構成されているが、それぞれの店舗は連続したものではなく点在するものが多い。２キロ先には最近再開発により大型店が出店する等発展の著しい立川がある。そのような状況に加え、店主の高齢化や後継者難により商店街の店舗は減少が続いており厳しい状況が続いている。

羽衣商店街は平成 6 年から、スタンプ事業に取り組んでいる。立川市の「モデル商店街事業」を利用して、徐々に活気が失われつつある商店街を活性化させようと考えたことがきっかけになっている。

当時スタンプ事業は全国の商店街で販促事業として積極的に取組みが始められていたが、その後、特に資金面の問題から頓挫するケースも多く見受けられた。そのような中、羽衣商店街では試行錯誤を繰り返しながら、できるだけ費用をかけずに、消費者が楽しんで買い物をしてもらえるような工夫を施しながら現在までスタンプ事業を継続して行っている。

●事業概要（内容）

1．スタンプ事業「はごろもハローチップ」

平成 6 年 10 月から現在まで「はごろもハローチップ」と呼ばれるスタンプ事業を継続して行っている。現在商店街の店舗のうち主に物販店 35 店舗が参加している。運営は商店街振興組合の組織内にある「はごろもハローチップ倶楽部」が行っている。参加する店舗が事務局からチップを買い上げて、消費者が 100 円の買い物をするごとに 1 枚ずつを発行する仕組みになっている。当初は 340 枚でスタンプシートが満帖になると 500 円の買い物に充当できたが、なかなか商店街に買い物に来ることができない若い年齢層のことも考慮し、また、利用者にできるだけ簡単にスタンプを貯めて利用してもらえるよう、2 年前から 200 枚で 250 円の買い物に利用できるようシステムが変更されている。満貼になったスタンプシートは商店街で買い物に利用できるだけでなく、最寄りの金融機関に預金として預けることもできるようになっている。

「はごろもハローチップ」の特徴は様々なイベント要素を盛り込み、消費者をお店に呼び込むような仕組みを構築しているところである。個別の店舗ごとのポイント倍増イベントや、３店舗のグループによるラリー形式のポイント発行や抽選による商品券のプレゼントなどが頻繁に行われており、商店街で日常的に何らかの催しが行われているイメージを与えることが、消費者の来街を促す要因のひとつになっている。特にラリー形式の場合ポイントを獲得するため消費者は複数店舗を回遊することになる。スタンプを発行した店舗が別の店舗を消費者に紹介するなど相互の協力体制も整っており、消費者に特典が付与されるだけでなく、個店の売上げにも

大いに効果があがっている。また、近隣にあるスーパー「西友」と共同で新聞に広告チラシを入れている。毎月の第四土曜日を「サービスデー」としてチラシで広告を配布し、チップを通常の倍増で発行することで集客効果を高める試みである。また年に 2 回地域の情報やスタンプ事業に関するイベントの告知などを掲載した手作りの情報紙「はごろもＷａ！Ｈａ！Ｈａ！」を発行しており、各店舗や商店街のコミュニケーションを活性化する試みを行っている。

もうひとつの特徴としてスタンプ事業に係る実績を毎月会員にフィードバックすることである。参加店がお互いの店舗の実績を知ることにより、今後の取組みに活かすことができること、競争意識が醸成されること、そして消費者にとって何が一番よいサービスであるかを考えるよい機会になっている。

●実施効果・今後の課題について

スタンプ事業は商店街の行う販促のひとつの手段であるが、羽衣商店街の「はごろもハローチップ」においては消費者がどのようにすれば喜んで買い物をしてもらえるかということを念頭に事業が行われている。各種のイベント案内のチラシ等は手作りでお店に行くともらえるようになっている。近隣に大型店の進出が相次いでいるが、地域で買い物をしたいと思っている消費者もおり、そのような方とのコミュニケーションを図ることにより、ニーズを把握して、各店舗や商店街のこれからの活動にも活かしていきたいと考えている。また、長く事業を継続して実施するために、できる範囲内で消費者にサービスを還元ですることが大事であるとしている。特に月一度の「サービスデー」では日頃の倍以上の売上げをあげる店舗もあり、「スタンプ事業」は商店街には欠かすことのできない事業になっている。

●利用した助成金制度など

「立川市　モデル商店街事業」（事業開始年次のみ）

●商店街の概要・地図

- 羽衣商店街振興組合
- 東京都立川市羽衣町 2-45-1
- 電話：042-527-0146
  （住所・電話連絡先は狭山園）
- 商店街のタイプ：近隣型商店街
- 店舗数：80 店

羽衣商店街

抽選会

ハローチップ台紙

62　長田神社前商店街（兵庫県神戸市長田区）

●取組みまでの経緯・実施背景

長田神社前商店街は高速長田駅、地下鉄長田神社前駅から長田神社へ至る区域にあり、途中の新湊川を渡る長田橋の西側には、長田中央市場、食遊館が、北東にはプレノ（ショッピングセンター）があり、約 400 メートルにわたり商業集積を形成し、周辺は下町の住宅街が広がっている。長田神社の門前町として自然発生した商店街で組合店舗数は 93 店舗で構成されている。

長らく人口の減少・高齢化が問題になっているが、震災後のマンション等の建築により新規住民が増え始め、新しいコミュニケーションの必要性がでてきている。加えて平成 11 年にプレノ内に出店しているダイエーがポイントカードを導入することになったことから商店街の客足を奪われるとの危機感が生まれた。そこで 40 年以上行なってきた歴史のあるシール事業を、平成 13 年に新しい住民の囲い込みのためポイントカード事業「タメ点カード長田」にリニューアルを行った。

●事業概要（内容）

ポイントカード事業「タメ点カード長田」

ポイントカード事業は平成 12 年から「長田中央小売市場協同組合」とともに取り組み始め、20 名からなるシステム勉強会を、1 年間で約 50 回続け、「地域住民との協調と連携」をコンセプトに、平成 13 年 4 月に事業をスタートした。

100 円の買物で 1 ポイント貯まり、120 ポイントで 100 円分の金券としてそのまま使える。また、100 円に満たない端数が 1 年間自動的に貯まっていき、そのポイント分の金額を両組合に登録されている地元のＮＰＯ等の 15 団体（長田婦人会、長田災害ボランティア基金、長田小学校 PTA 等）から選択して寄付をすることができる。一般的なポイントカードの場合は、端数分は切り捨てられることが多いが、「タメ点カード長田」は、その端数を有効活用できるシステムになっている。寄付を獲得するためにＮＰＯ等の 15 団体の関係者がそれぞれ「タメ点カード長田」会員の加入促進に貢献していることもあり加入者は増えている。

また、それに加え、地域と連携する試みとして近隣のタクシー会社を利用するとポイントが貯まるようになっており、加盟しているタクシー会社の売上げ増に結びついている。また、歯医者を利用するごとにポイントが貯まるシステムにもなっている。

他にも、ポイントカード保有者の囲い込みをする取組みとして、毎年 4 月（「タメ点カード長田」の周年記念）、12 月（クリスマスキャンペーン）、1 月（お年玉プレゼント）にポイントカードを使うと、ピンクのレシートを発行し、お客さんが投函ボックスに入れて抽選をすることにより、5 千円・1 万円の現金が当たるイベントが実施されている。

●実施効果・今後の課題について

「タメ点カード長田」のスタート当初は、1,000 枚～2,000 枚の発行を想定していたが、カードの製造が間に合わない程、利用者が増え続け、現在は 1 万 5 千枚以上を発行するに至り、商店街のカード事業における成功例と評価されている。

このカードにより各個店で得意先の売上げデータが管理でき、個店によるＤＭ展開等の販売促進にも役立てることができ、個店の売上げ増加に貢献している。又、地域との連携（近隣のタクシー会社・歯医者等の加盟）も行なわれており、これが、商店街と地域の仕組みづくりとして評価され、平成 18 年に兵庫県が商店街等活性化に向けた取組みを表彰するために創設した「まちづくり連携商業活性化賞」を受賞した。

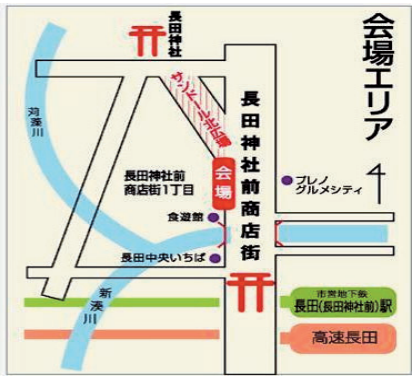
今後も商圏内に住む 4 万人の地域住民を「タメ点カード長田」の多種多様に渡るイベント要素により、更なる囲い込みをしていくことを考えている。

●利用した助成金制度など

平成 18 年度　兵庫県「商店街地域連携推進事業」

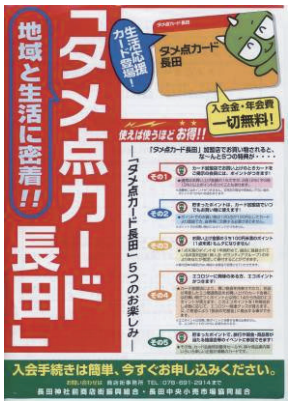
●商店街の概要・地図

- 長田神社前商店街振興組合
- 兵庫県神戸市長田区長田町 1-3-1
- 電話：078-691-2914
- 商店街のタイプ：地域型商店街
- 店舗数：約 93 店
- http//www.tameten.jp



長田神社前商店街入口

長田神社前商店街の様子



タメ点カードのチラシ

63　佐世保俵町商店街（長崎県佐世保市）

●取組みまでの経緯・実施背景

佐世保市俵町は市北部に位置し、買回り品店の多い中心市街地に対し、俵町商店街は最寄り品店中心で、近隣住民の日常の買い物場として親しまれてきた。しかし、郊外大型店の相次ぐ出店や、後継者難、経営難から空き店舗が増加してしまった。

平成 8 年度に実施した消費者調査では、商店街の買い物客の約 6 割が 60 歳以上の高齢者であり、商圏内の人口統計からみても今後一層、買い物客の高齢化が進むことが予想された。

そこで平成 11 年より、郊外の大型店等と差別化を図り、メインの顧客となる高齢者にターゲットを絞り込むことで、今後の商店街の生き残りを図ることとなった。具体的な方法として考えられたのが、当商店街で定着している「さくらスタンプ」を軸として、高齢者を対象に魅力ある特典サービスを付与することで囲い込みを行う“シルバー会員制度”であった。

発行したシルバーカードを提示すると、「さくらスタンプ」加盟店で受けられる様々な特典が好評で、平成 11 年以降、予想を上回る会員登録がある。シルバー会員はカードを積極的に利用し、売り出しや貯まったスタンプの交換会等のイベント時にも多くの高齢者で賑わっている。

●事業概要（内容）

「さくらスタンプ」事業は商店街内の加盟店 40 店で実施している。俵町商店街内の参加加盟店での買い物に対し 100 円で 1 枚スタンプを発行。台紙 1 冊 350 枚で 500 円分の買物ができる。その他、有料ゴミ・粗大ゴミ処理券、映画券、タクシーチケット、駐車券等と交換できたり、毎月抽選会等の販促イベントに参加できる。

65 歳以上の高齢者は希望すれば誰でも、「さくらスタンプ」のシルバー会員となることができ、手数料 300 円で「ほのぼのカード」（公募によりネーミング）が発行される。カードには「名前、生年月日、住所、電話番号」を顔写真とともに表示し、裏面には「緊急連絡先、係り付け病院」を記すこととした。高齢者が保持することを意識して、身分証やライフカードの代わりとなればとの配慮からである。事業開始前の 65 歳以上の「さくらスタンプ」利用者は約 900 名であったが平成 18 年 10 月現在、会員登録は 1, 300 人を超えている。

シルバー「ほのぼのカード」会員には、「さくらスタンプ」の 40 の加盟店が様々な特典サービスを実施し、販売促進につなげている。

＜特典例＞

- サービスタイム“13：30～15：30”にはスタンプ 2 倍などの各種サービス
- イベント時のスタンプ交換冊数割引
- 誕生日サービス「さくらスタンプ 1 シート進呈」他、古希・喜寿のお祝い
- 年金日の売り出し「年金スマイルデー」

・西九州信用金庫俵町支店での定期預金の利率アップ
・個店ごとに特定日を設けた、「さくらスタンプ」割増サービス　等多数

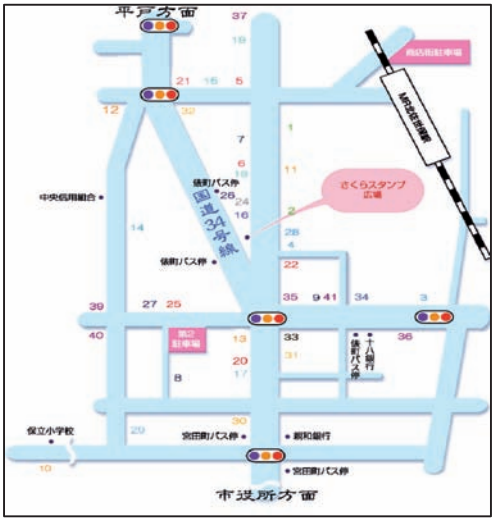
●実施効果・今後の課題について

これまでの「さくらスタンプ」事業で蓄積していた、スタンプの台紙交換者の名簿からは、65 歳以上の高齢者の利用は約 900 名であったが、シルバー「ほのぼのカード」会員登録は 1,300 名を超えており、予想を上回る高齢者の利用がある。市内中心部や遠方に住む方も多数登録しており、バスやタクシーで買い物に訪れている。

地域の顧客の囲い込みを目的として始めたが、高齢者にターゲットを絞って魅力ある特典サービスを付与したことで、これまでの商圏エリア外からも集客を図れることができたのは大きな成果である。

●商店街の概要・地図

・佐世保市俵町商店街協同組合
・長崎県佐世保市俵町 6-19
・電話：0956-24-8887
・商店街のタイプ：地域型商店街
・店舗数：57 店
・http://www.meritbank.net/tawara/



佐世保俵町商店街

休憩所も兼ねた景品交換所

スタンプ抽選イベント

※この報告書の作成は、中小企業庁の委託を受けた全国商店街振興組合連合会が行っております。