



# 地域商店街活性化事業成果事例集

平成28年度版



全国商店街振興組合連合会

## はじめに

我が国の商店街は、中小商業者・サービス業者等の集積として地域経済において重要な役割を果たすとともに、地域に生活する人々の買い物の場として、人々が交流するコミュニティ活動の場として多様な機能を果たしています。

しかし、多くの商店街においては、郊外型商業施設の増加や少子・高齢化社会の進展と地域内人口の減少、さらに情報化を背景とする無店舗販売の増加等により一段と厳しい対応を迫られています。

こうした中、全国商店街振興組合連合会では、平成24年度及び25年度補正予算事業として、商店街組織が行う継続的な集客促進・需要喚起等のためのイベント事業や商店街マップ・HPによる情報提供、研修会等商店街の体質強化を図るための諸事業に対して助成を行う「地域商店街活性化事業」を実施して来ました。

本事業では、全国から応募のあった中から4,296の商店街事業を採択し、その事業費について助成を行って来ました。事業を実施された多くの商店街では、地域の消費者から高い評価を得て歩行者通行量の改善や空き店舗の減少等に効果を見出しつつあるところです。

そこで助成事業を実施された商店街の中から、助成の終了後も独自の工夫と努力を重ねて当該事業を継続するほか、新たな取り組み策等を講ずることにより、地域生活者等との連携を強化して活性化に結び付けている商店街を取り上げ、組織運営や課題対応の方策等を取材し、事例集として取りまとめたところです。

本事例集には、イベント活動等の成功のポイントや組織運営の在り方等について多くのヒントが含まれておりますので、今後の商店街の活性化や組織活動の強化に向けてご活用頂けましたら幸甚です。

平成29年3月

全国商店街振興組合連合会  
商店街基金対策室

# 目次

1	青森県青森市 青森市新町商店街振興組合 ～一店逸品運動で商品力と個店どうしの連携を強化、お店回りツアーで街を再発見～	1
2	福島県いわき市 ネーブルシティかしま(いわき鹿島商店事業所会) ～地域商業と医療・福祉機関の連携で、高齢者が元気に暮らせる街づくり～	5
3	東京都文京区 本郷商店会 ～大学の街 本郷で、5つの商店街が東大生と連携し、商店街統一ブランド「本郷百貨店」を推進～	8
4	神奈川県横須賀市 ドブ板通り商店街振興組合 ～アメリカンテイストの街が助成事業を契機に商店街振興組合を設立、積極的な集客活動で来街者が増加～	12
5	新潟県村上市 村上市中央商店街振興組合 ～歴史・文化の担い手として、街の新たな可能性と発展の基盤づくりを推進～	15
6	愛知県一宮市 一宮市萩原商店街振興組合 ～50年間継続する「チンドン祭り」を地域とともに開催し、世代を超えた交流を進めて街を活性化～	19
7	大阪府大阪市 中崎・北天満商工倶楽部 ～空き店舗を活用したよろず相談所「興学院」と、ワークショップ「サイエンスカフェ」で地域に密着した街づくり～	22
8	兵庫県神戸市 岡本商店街振興組合 ～「人と人のつながり」をテーマに、楽しい仕掛けで学生・住民・店舗の交流を深め、街を元気に～	26
9	鳥取県米子市 元町通り商店街振興組合 ～アーケードの撤去を機に、隣接商店街との連携でコミュニティ活動の強化と新たな街づくりに挑む～	30
10	高知県高知市 大橋通り商店街振興組合 ～子供たちの職業体験イベントと伝統を守る“よさこい”で、集客促進と地域との一体感を強化～	34
11	福岡県北九州市 協同組合大里商店連合会 ～住民参加型の創作レシピコンテストやご当地バーガーの開発など市民が誇れるグルメづくりで街を活性化～	38

ポイント

一店逸品運動で商品力と個店どうしの連携を強化、お店回りツアーで街を再発見

新幹線の函館開通など商業環境が急激かつ大幅に変化する中で、集客促進に向けて商店街の若手経営者や女性メンバーが中心となって「一店逸品運動」を推進。併せて実施している「お店回りツアー」は地元だけでなく観光客からも好評で、商店街とそれぞれの店舗を改めて認識してもらう絶好の機会となるとともに、逸品の開発過程において参加者同士の研鑽が進み、各店舗の販売戦略の再構築等にもつながっている。

商店街情報

所在地：青森市新町二丁目6-27  
地域の人口：290,721人 136,191世帯（青森市）  
商店街の類型：広域型商店街  
組合員数：109名  
店舗数：138店舗（飲食・喫茶店、青果店、和菓子・洋菓子店、土産物店、精肉店、金融機関 等）  
TEL：017-775-4134 FAX：017-775-4193  
URL：<http://shinmachi.aomori.jp/>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

青森市の中心市街地には6つの商店街があり、中でも新町商店街は、JR青森駅から東に向けて1kmのアーケード街に約140店舗が並ぶ最大の商店街。街区の長さは全国でもトップクラスである。かつて青森市は、最盛期には年間500万人ほどの旅客を運んだ青函連絡船の港町として賑わったが、1988年に連絡船が廃止となり客足も減少。さらに、2010年の東北新幹線の開通から2016年3月の函館開通等交通環境が大きく変化し、購買力の流出や通過点化する懸念も出ているほか、若い世代は郊外の大店を利用する度合いが高く、これらの商業施設との差別化をどう図っていくかが課題となっている。

また、夏には東北三大祭りの一つのねぶた祭りを中心に約300万人の観光客が訪れているが、冬季は減少するなど季節的な変動の大きいことが悩みである。加えて近年は、青森市自体も人口減少・少子高齢化が進んでおり、商業環境は一段と厳しさを増している。

商店街では従来からアーケード等のハード施設の整備を進めてきたが、維持費の問題もさることながら、これらの施設のみでは個客を誘引する魅力に欠けており、新たな街の魅力づくりによる集客力の強化が喫緊の課題となっていた。



イベント風景（地産地消逸品ピアガーデン）



ねぶた

## 助成事業の概要とその成果

当商店街は、市内で最も大きな商店街として常に地域商業のリーダー的役割を果たしてきた。助成事業では、街の魅力を掘り起こしてアピールするとともに、市中心部への若者の来街増を目指して、従来から実績を重ねてきた集客事業等を基盤に賑わいの創出を図った。

### 【平成25年度事業：ご当地商店街ツアーへ行こう】

当商店街では、2003年より「一店逸品運動」に取り組み、各店それぞれが“逸品”を工夫して販売力の強化に取り組んできた。併せて、自慢の逸品を店主自らがツアーガイドとなって案内する「お店回りツアー」を実施して逸品運動の効果を高めてきた。助成事業では、これまでの事業の成果を踏まえて新機軸を盛り込むとともに情報発信力を強化し、各店舗も新たな逸品作り等に力を入れて街の魅力向上に努めた。

#### ①観光に特化した逸品の発信事業

従来の「一店逸品運動」は地元客が主なターゲットであったが、これに加えて観光客を対象とした事業を展開。各店の逸品を充実させ、逸品カタログ「しんまちの逸品旅人版」を作成して配布したほか、これらの情報をHPで全国に発信。逸品の紹介動画も作成してWebに掲載した。さらに、「観光客向けお店回りツアープラン」を作り11月26日～12月2日と26年1月29日にお店回りツアーを開催。観光客が商店街に立ち寄る機会を増やし、個店の売上向上につなげ、その後も継続して申込みが相次いでいる。

#### ②市民100人お店回りツアーの開催

上記の観光客に加え、地元の購買層にアピールするため、市民を対象に大型のお店回りツアーを企画して11月1日～13日の間実施。青年部員がツアーガイドとなって多くのツアー客一行に街を歩いてもらい、新町商店街ツアーの楽しさと人気度を多くの市民に訴求できた。

#### ③しんまちハロウィンストリートの開催：10月16・17日

一店逸品運動参加店に呼び掛けてハロウィンに相応しい逸品を用意して「しんまちハロウィンお店回りツアー」を開催。若い家族層の掘り起こしと新町ファンの拡大を狙った。

### 【平成26年度事業：しんまちアート商店街事業】

商店街の客層の中心が50歳代以上と高齢化傾向にあることから、若い購買層を掘り起こすため、若者の感性に訴える「アート」を切り口として事業を実施。若い世代の来街増につなげるとともに、人々の消費活動が沈みがちとなる冬季間の賑わい創出を目指した。

#### ①アート縁日「AOMORI楽市楽座」：8月23日

地域の文化遺産でもある善知鳥(うとう)神社の境内で、市内外のアーティストによる制作・実演・販売と舞踊・伝統芸能等を披露した。スタンプラリーの同時開催やキャンドルによる幻想的な照明を施し、アートと街の活性化を融合させた催しとした。

#### ②アート部活動事業：9月20日・21日

商店街の空き店舗や空きスペースを活用して、市民の芸術活動の発表の場を設置。学生との連携も強化し、学校の文化祭での発表のように多くの市民に楽しんでもらうとともに、スタンプラリーを同時開催して街区内の回遊性を高め、売り上げの増進にもつなげた。

#### ③光のアート事業：12月1日～27年2月28日

商店街の街路灯84基にイルミネーションを設置し、暗くなりがちな冬の夜を盛り上げた。イルミネーションは若い世代に好まれ、近隣からわざわざ訪れる人も多く、来街客の増加と街の活性化につながった。



「お店回りツアー」の風景



逸品お店回りツアーのポスター



AOMORI 楽市楽座

## 助成事業以降の商店街活動

### ①各種事業への取り組み状況

青森市のイベントというとなぶた祭りが有名だが、振興組合では年間を通じた集客に向けて下記のように毎月のイベント事業を企画し、商店街と地域の人々のつながりを強化して来街の促進を図っている。

- 1月：逸品お店回りツアー
- 2月：冬季お楽しみイベント（鍋横綱コンテスト・アップルバレンタインほか）
- 3月：新作逸品お店回りツアー（逸品リニューアル）
- 4月：レシートウォークラリー／市民参加の街路花植え運動
- 5月：AOMORI春フェスティバル（ねぶたとYOSAKOIのコラボ祭）
- 6月：逸品お店回りツアー
- 7月：地産地消逸品ビアガーデン（各店の逸品と地元食材をおつまみに神社で開催）
- 8月：ふれあい広場（70を超える団体が出展する市民参加型の歩行者天国）
- 9月：AOMORI楽市楽座（神社で開催のアート縁日）／逸品お店回りツアー
- 10月：しんまちフェスタ青い森のハロウィン（仮装パレードや親子参加型イベント）  
：ハロウィンストリート（ハロウィン版逸品お店回りツアー）
- 11月：逸品つまみ食いちょい飲みツアー（お酒の入る夜のお店回りツアー）
- 12月：じゃんけんサンタ（近隣の子供たちとサンタに扮して商店街を回遊）

上記に加え、アーケードの管理、植栽プランターの管理、子育て支援・交流施設である「青森市つどいの広場・さんぽぽ」の管理業務等のほか、共通駐車券の発行、お買い物宅配事業、レンタサイクル事業等中心市街地としての事業にも参画しており、地域のリーダー商店街としての役割を果たしている。

### ②事業展開の核となる一店逸品運動

当組合が、毎月のように多彩な事業を実施できていることの要諦は、役員のリダーシップと優れた事務局機能に加え、「一店逸品運動」によって築き上げられた組合員同士の横の連携に負うところが大きい。

逸品も最初は看板商品を出すところが多かったが、研究会を通じて客に喜ばれる商品は何かを追求し、時には組合員同士でアドバイスし合って商品力を高め、地元だけでなく観光客を引きつける事業に成長した。新たなイベントを企画する場合も、逸品運動の仲間が核となり、スムーズな展開が可能となっている。

組合員の中には、一店逸品運動を通じて客のニーズに開眼し、従来の業務に加えて観光客向けの商品づくりと販売を始めるなど新業態の展開に成功する店も現れ、集客だけでなくその副次的効果には大きなものがある。

### ③女性部の底力

青森市の中心市街地の地域では、商店街の女性部の活動が非常に活発である。当初“青森らしくて良いお土産がない”という問題に挑戦して「アップルパイ・りんご洋菓子コンテスト」を実施。さらに入賞したりんご菓子の商品化や、街を楽しんでいただくためのマップ作り、新幹線の開通に合わせた「鍋横綱コンテスト」の開催など、女性の目線による地域商業の活性化に取り組んできた。

また、商店街のイベントにおいても細やかな気配りにより、「女性部が接客すると顧客満足度が高い」という評価を得ている。女性だからこそ可能な『お買い物目線』『利用者目線』が重要で、“ハコもの事業”のように大規模ではなく、「自分達でできること」「必要なこと」を少しずつだが着実に展開してきた結果が街の活力につながっている。



女性部の方々



じゃんけんサンタ

## 自治体等との連携の状況



青森市  
Aomori City

青森市では、「コンパクトシティの形成」を基本理念とした第2期青森市中心市街地活性化基本計画を策定し、中心市街地における商業機能を充実させ、地域に根差した産業が発展するためのまちづくりを支援するほか、地域コミュニティの核としての商店街の機能向上のための各種支援等を実施している。

具体的には、以下のようなものを実施しており、当商店街もこれらの助成策を有効に活用している。

### ①商店街空き店舗活用事業

商店街が空き店舗を活用して観光や子育て支援等の地域住民との交流を実施する事業に対し、店舗の賃借料や工事費・設備費等の一部を助成

### ②商店街等空き店舗活用実践事業(商業ベンチャー支援事業)

起業意欲のある人が空き店舗を活用して一定期間商売を実践できるよう賃借料や工事費・設備費等の一部を助成

### ③ねぶたのある商店街推進事業

ねぶたを活用したディスプレイ等を設置する商店街や中小企業に対し、店舗改装費やイメージアップ装飾、イベント事業等の費用の一部を助成

## 商店街の今後の戦略

環境変化に合わせて集客を進めていくためには、今後も青年部や女性メンバーが中心となって新たな企画を打ち出していきたい。一店逸品運動はこうした事業活動の中核をなしており、一過性ではない長期の運動と位置付けている。これにより店主の意識改革にもつながって個店が活性化し、ひいては商店街全体の活性化に結び付くものと考えている。

お店回りツアーも逸品を販売する目的ではなく、逸品研究会によって互いの店の逸品を熟知したメンバーがツアーガイドとなり、個店が自信を持ってお勧めする逸品の良さを店頭の担当者が直接ツアー客に伝えることによって、個店と商店街に対する真の信頼惹起となり、結果として販売機会の増大や、新たな固定客化、リピーター化につながっている。

今後も、ハロウィンイベント等を近隣の商店街と連携して展開し、相互の活性化につなげたいと考えている。また、商店街を取り巻く環境は依然として厳しいが、近隣住民に役立つ店舗であれば生き残ることはできるものと考えており、こうした運動や事業活動等を通じて後継者問題の解決の糸口が見つかるのではないかと考えている。

～ 仕掛け人 ～

青森市新町商店街振興組合

左：青年部 部長 内藤 亘  
中：事務局長 堀江 重一  
右：一店逸品運動委員長 伊香 佳子



## 取材を通して明らかとなったこと

当商店街を一言で言い表すならば“行動する商店街”である。そしてこの行動を支えているのが一店逸品運動によって培われた組合員同士の横のつながりと信頼関係である。当商店街の一店逸品運動は、売れる商品づくり・販売戦略の枠を超えて、店主のやる気に火をつけたといえる。

また、こうした活動が基礎にあることから、一過性となりがちなイベントなども工夫して継続させ、これらの取り組みを通じて店主の意識改革が進み、地域の人々に商店街の意欲が伝わった結果、集客事業の効果が上がり、街の活力が維持されているものとする。

街の運営を担う振興組合では、常に何らかのイベントや地域住民のための活動を展開しており、地域コミュニティや青森市の顔としての商店街の役割を住民も認識し、期待を持っていることから好循環が生まれ、街に足を運ぶ人が増えつつあるものといえる。



商店街でのイベント風景

ポイント

地域商業と医療・福祉機関の連携で、高齢者が元気に暮らせる街づくり

福島県いわき市の南東に位置し、周辺に多くのベッドタウンを擁するロードサイド型の商店街。高齢者が住みやすい街づくりをテーマに先進地視察や勉強会を実施し、住民の高齢化に向けた商店街のあり方を追求。街の商業者と医療・介護、健康・福祉等の機関が連携し、高齢者の生活を充実させるためのサービスや健康フェスタ等高齢者向けのイベントを継続して実施している。また、助成事業では、お店の情報と医療・福祉施設等のマップを掲載した「鹿島ガイドブック」を作成し、高齢者の生活支援等に役立てている。

商店街情報

所在地：福島県いわき市鹿島町久保1丁目12-10-101  
地域の人口：347,542人、142,269世帯(いわき市)  
商店街の類型：地域型商店街  
会員数：99名  
店舗数：480店舗(主な業種構成：飲食店、美容・理容、  
雑貨、書店、家具、各種医療機関、介護・福祉施設等)  
TEL・FAX：0246-58-6139  
URL：<http://www.nkashima.jp/>



鹿島街道

商店街の概要と近年の環境変化

当ネーブルシティかしま(いわき鹿島商店事業所会)は、いわき市の県道「平・小名浜線」、通称“鹿島街道”のロードサイドで営業するショッピングセンター、飲食店、美容院、雑貨、書籍、衣料品等のほか、医療機関、福祉施設、保育園、銀行等の生活関連産業が結束し、平成元年に地域商業者の振興と住民等との交流による地域全体の発展を目的として設立された。会員の店舗は十分な駐車スペースを有する郊外型商業集積で、周辺にはいわきニュータウンをはじめとする大規模住宅団地が形成されており、モータリゼーションの普及とともに多くの消費需要を控えた地域である。

商店会が設立されて以降、地域では宅地開発等による人口の郊外化が進み、他所からの転入者が増加して人々の交流は疎遠になる傾向にあった。このため地域が一体的に行動していくためのビジョンが必要であると考え、商店会に「街づくり委員会」を設置。1年間に亘る調査と検討、視察等を経て平成11年に「かしまリゾートビジョン」を策定。その後、急速な高齢化の進展や単身世帯の増加といった社会的課題が顕著になり、健康に配慮したまちづくりの必要性が高まりつつあることから、平成18年に、鹿島地区地域振興協議会の中心メンバーとして、地域住民とともに「鹿島地区まちづくり構想」を策定。構想では、魅力ある商業空間の形成、地場産業ネットワークの形成とともに医療・福祉機能の活用やお年寄りとのふれあい、子育て支援等の方向が盛り込まれた。

また、先の震災による原発事故で、相馬・双葉両地域からの避難者の仮設住宅が多数整備されたことから高齢者が増加、エリア内の病院や福祉施設の利用が増加するという状況も発生した。こうした中で商店会では、国の助成を活用して「医商連携」に関する住民のニーズ調査の実施や、県の助成を活用して「高齢化社会における街づくり」を検討し、商業と医療・福祉の連携による街づくりを進めてきた。

助成事業の概要とその成果

当商店会では、設立以来「安心で活力ある長寿社会に向けた豊かな地域づくり」を目指して医療・福祉機関との連携による事業や、ユニバーサルデザインの普及等に取り組んできた。助成事業では、これらの医商連携をさらに推進していくための検討会や講習会、店舗情報と医療・福祉情報等を総合的に盛り込んだガイドブックの作成等を実施した。



環境大臣表彰を受賞



### (1)高齢化社会に向けた講習会の開催

「高齢化社会と街づくり」をテーマに、東京大学から専門家の特任教授を招いて講演会を開催。会員や住民のほか学生や医療関係者、行政の担当等も参加され、地域全体で健康に配慮した「高齢者に優しい街づくり」について学び、医商連携に向けての街づくり会社設立の機運が高まった。

また、事業期間中は独自に、一級建築士による「住まいと住環境」、管理栄養士による「食生活について」、看護師による「医療と介護の連携について」、大学准教授による「情報通信システムについて」等の研修会を実施し、高齢者等の生活改善や支援の方向等について学んだ。

### (2)医商連携の先進地の視察研修

医商連携の先進地である熊本県の「健軍商店街振興組合」と、福岡県の「NPO法人地域福祉を考える会 そよかぜ」を訪問し、地域における医療・介護、健康づくりへの取り組み、運営のための組織体制等についてその状況を聴取するとともに意見交換を行った。

健軍商店街では、商店街ビジョンを作成して「医商連携による次世代街づくり事業」を推進するほか、地元の鹿屋体育大学の協力を得て「貯筋運動教室」を開催し、高齢者の健康増進に取り組んでいる。また、NPO法人地域福祉を考える会では、地元の商店街とともに地域の助け合い事業や介護保険にかかわる事業、介護職員養成研修事業等を実施して地域の福祉の向上に努めている。

こうした視察研修の成果を会員に報告するとともに、当商店会の実態と比較して、医療機関や福祉・介護施設、子育て支援機関等との連携の強化等今後の活動の方向付けを行った。

### (3)「ネーブルシティかしまガイドブック」の作成

ロードサイド型商店街という特性から街区が広範囲に及び、これまで各店舗の詳細な情報をまとめて伝えることが難しかったが、助成事業を利用して会員店舗の詳細な情報を収集。A5サイズ・フルカラー120頁にまとめて3,000部を発行した。

内容は、「飲食店」「小売業」「医療・福祉」など業種ごとに地図上に店舗をプロットしたマップを作成。これに各店舗の詳細情報を掲載したほか、かしま便利マップとして公共施設や医療・福祉施設、さらには史跡や公園、災害時の避難施設やバスの時刻表等の情報を盛り込んだものとした。この冊子を見て来店する新規の顧客もいるほか、業種を超えて会員同士の意思疎通も深まるなどの効果が出ている。



かしまガイドブック

## 助成事業以降の商店街活動

当商店会では、助成事業終了後も当会が中心になって運営している「鹿島地区地域振興協議会」等が実施する「いわき街なか健康フェスタinかしま」や「かしま福祉まつり」等に積極的に参加し、それぞれのイベントでは医療相談ブースを設けるなどして、地域住民の健康等に関する相談に応じている。また、鹿島小の児童による「地元鹿島の好きな場所」の絵と店舗の情報を掲載した「かしま まち歩きマップ」を作成し、イベント等で配布を行っている。

### (1)「いわき街なか健康フェスタinかしま」の開催

当商店会のほか、鹿島地区地域振興協議会、鹿島町区長会、福島県赤十字血液センター等で構成された実行委員会(事務局は当商店会)が開催する「いわき街なか健康フェスタinかしま」において、「医療相談ブース」を設けた。リスクを伴う治療や症状の原因と治療方法など普段の外来診療ではじっくり聞けない質問に医師や看護師に対応してもらったほか、AEDの講習、献血等を実施した。

また、イベントでは、フラダンスやコンサートなど集客のためのステージショーを行った。



健康フェスタ「健康相談ブース」は満員御礼

### (2)「かしまふれ愛さくら祭り」の開催

当商店会では、地域住民とともに鹿島街道を中心とした美化活動や、地区を流れる矢田川沿いの「鹿島千本桜」の植樹、保護、草刈り等を行っており、平成28年には地域環境美化として「環境大臣表彰」を受けた。「さくら祭り」は、千本桜が満開になる4月上旬に商店会が実行委員会の中心メンバーとなって開催。土手沿いの千本桜を鑑賞しながら、かしま焼き(お好み焼き風の名物)、すいとん、甘酒等の飲食ブースや、よさこいなどのステージ、フリーマーケット、抽選会が楽しめる地元根付いたイベントとなっている。



かしまふれ愛さくら祭りの様子

### (3)「かしま福祉まつり」の開催

平成28年で34回目となる夏の恒例イベント。当商店会をはじめとする鹿島地区の各種団体が構成される実行委員会が、特別養護老人ホームかしま荘を会場に、フラダンス、模擬店やゲームコーナーのほか健康相談コーナーを開設。車椅子での参加も多く、お年寄りとお若者・児童との交流の場となっている。



かしま福祉まつりの様子

## 自治体等との連携の状況



いわき市  
Iwaki City

いわき市は、人口の減少傾向が続く中で、商業においては小規模店や個人商店を中心とする商店数の減少、従業者数の減少、販売額の低下等が課題となっていることから、平成15年に策定した「いわき市商業まちづくりプラン」の見直しを行い、平成22年に新たなプランを策定した。新プランにおいては、個店の経営の改善や消費者との交流、地域ビジネスの創造、都市秩序の形成等を目標としており、この中で、地域住民の健康・福祉の増進に商業者が関わっていくことの必要性等が述べられている。

また、平成28年には「いわき市中小企業・小規模企業振興条例」を制定。市としての中小企業・小規模企業の振興に向けた基本理念を明確にするとともに、支援施策を総合的に推進することとしている。

商店街関係の主な支援施策は以下のものが講じられている。

#### ①市商工業活性化事業補助

商店街の組合など市内の商工団体が行う商店街活性化のためのイベント事業、近代化・活性化のための調査・研究、人材育成事業、イメージアップのためのシンボル作成等の事業について、事業費の一部を助成。

#### ②商店街街路灯維持補修事業

市内の商店会等が設置している街路灯の修繕やLEDへの改修を行う場合の費用の一部を助成し、商店街等の安全・安心等環境整備を推進。

## 商店街の今後の戦略

平成12年の介護保険制度導入により、特別養護老人ホーム等による施設介護から、ショートステイやデイサービスなど多様な支援メニューを組み合わせた在宅介護に重点が移った。これにより街区内においてもショートステイやデイサービス、ケアハウスやグループホームなど介護ニーズに合わせた施設の整備が進んだ。商店会では、こうした介護施設を地域の交流拠点として活用するとともに、児童と高齢者の交流を進めて互いに支え合い、元気になってもらうことが街の活性化につながると考え、介護と子育て施設の連携についても模索している。一方いわき市では、単身高齢者世帯の増加に伴い「高齢者見守り隊」の結成を進めている。当会も高齢者の買い物サポートに努めるなど市と協調していきたい。

また、商店街が立地する鹿島街道は市内で最も交通量が多く、震災時には大渋滞となり交通がマヒしたことから、渋滞緩和策や避難経路等災害時の対応について行政とともに検討を進めたい。

さらに、平成30年夏には「いわき小名浜イオンモール」の開業が予定されており、商圈が重なるため当会への大きな影響が懸念される。地域の少子高齢化が進む中で、医療機関、介護・福祉施設、子育て支援施設との連携を図り、子育てしやすく、老後も安心して生活できる商店街の特徴を打ち出して大型店との差別化を図っていきたい。



～ 仕掛け人 ～  
ネーブルシティかしま  
会長 庄司 秀夫

## 取材を通して明らかとなったこと

当商店会の地域は、大規模な団地を控えて大きな購買力があるものの、高齢化の進展が大きな課題となっている。こうした状況に対応して、医療・介護施設の集積度が高いという特性を活かして街づくりを進めている。また、「かしまリゾートビジョン」や「鹿島地区まちづくり構想」等のビジョン策定が基盤となり、こうした活動の延長線上に現在の医商連携等の諸事業が展開されている。

商店街活動には、周辺環境と消費者に提供できる資源は何かといった分析と方向付けが重要であるが、当商店会ではこれまでの調査研究による分析を経て街づくりの理念が形成されており、こうした過程には学ぶべきものが多い。また、環境大臣賞の受賞となった住民と一体になった地域の環境改善活動も、地域コミュニティとの連携という点で大いに参考となる。高齢化社会において商店街だからこそ可能な取り組みがあるはずであり、今後商店街が地域住民の期待に応えていく上で、一つの方向性を示した活動事例であるといえる。

# 本郷百貨店

## ～人と街を軸とした本郷商店会ブランディング事業～

本郷商店会

東京都文京区

### ポイント

## 大学の街 本郷で、5つの商店街が東大生と連携し、商店街統一ブランド「本郷百貨店」を推進

東大をはじめ多くの大学があり、文人の街としても知られる文京区本郷地区の5商店街。転廃業による会員の減少で運営体制が弱まる中、商店街メンバーと大学生やデザイナー等で組織されたNPO法人と連携してイベント等を運営。統一ブランド「本郷百貨店」を考案して包装紙の統一や、商店街の店主自身を前面に押し出した情報活動を展開している。

#### 商店街情報

所在地：東京都文京区本郷4-2-1  
地域の人口：214,010人、116,569世帯(文京区)  
商店街の類型：地域型商店街  
会員数：195名  
店舗数：180店舗（飲食・喫茶、生鮮品、和洋菓子、書籍、医院・薬局、理美容等）  
TEL・FAX：03-3816-2410  
URL：<http://m-hongo.com/>



商店街の風景

### 商店街の概要と近年の環境変化

明治、大正、昭和と著名な文人が数多く住み、数々の文学や映画、ドラマの舞台になった本郷三丁目の交差点を中心に広がる五つの商店街。東大をはじめ多くの大学があるアカデミックな街だが、文豪が住んだ街としても知られ、街歩きの愛好者にも人気がある。

しかし近年は、周辺地域にチェーン店や大型量販店が進出するなど、個店の経営環境は厳しさを増しており、後継者不在による閉店等で商店会の会員が減少し、会の運営にも支障が出ていた。そこで、5商店街が連携して、統一イベントの「いちよう祭り」を開催。しかし、この取り組みも年々参加店が減り、継続が困難な状況となってきた。

一方、商店街の活動に参加したいという学生や町会関係者が出てきており、こうした人々の参画を可能にするために商店街関係者が中心となって「NPO法人街ing(まっちゃんぐ)本郷」を結成。“街に古くから住み働く人々と、新しい住民や学生、識者等が一体となって本郷地区の街づくりを進める”ことをミッションとしており、いわば、商店会のイベント等の企画・運営部門を担う形で活動を続けている。

「本郷商店会」というコンセプトもこうした活動の中で生まれたものであり、それぞれの商店会が実施するイベント活動においても「本郷商店会」の名称を使用し、ブランドの統一を図っている。



文人郷パンフレット

## 助成事業の概要とその成果

かつて「いちよう祭り」を仕掛け、現在、NPOの代表である長谷川氏が、行政等からの情報収集活動の中で助成事業の存在を知り応募に至った。NPOにはブレンとなるスタッフのほか、デザイナーや書類の作成が堪能な人材がおり、“店主の想い”を伝えてお客さんが立ち寄りきっかけづくりのキャンペーンを展開する内容で企画を進めた。

### 【事業名：「本郷百貨店」～人と街を軸とした本郷商店会ブランディング事業】

“商店街の個性溢れる店主こそがブランド”と考え、店主の想いと店の歴史や特徴を中心とした情報誌の作成や統一デザインの包装紙の導入、店主の似顔絵フラッグ等のアイデアを盛り込み、個店の魅力を感じ取ってもらうためのキャンペーンを実施した。

#### ①「本郷百貨店オリジナルカタログ」の作成

東大生やNPOのメンバーが店舗を回り、それぞれの店舗の背景・歴史・特徴などと店主の想いや個人的な横顔を取材してショート・ストーリー化し、店主の素顔(写真)とともに情報誌に掲載した。普段なかなか触れることのない店主の素顔や、店の考え方を紹介し、これがきっかけとなり、情報誌を持って来店してくれるなど新規の顧客が増加した。

情報誌は全3号作成し、会員店舗や大学等に配布したほか、Webサイトにも掲載してより多くの人が見ることができるよう配慮した。



本郷百貨店のオリジナルカタログ

#### ②本郷百貨店の統一包装紙、シール等の作成

本郷百貨店はバーチャル百貨店であり、より具体性を持たせ人々に認識してもらうため、統一デザインによる手提げ袋、包装紙、商品貼り付け用シールを作成し、期間中は全会員が使用することとした。

#### ③商店主の似顔絵フラッグの作成

ユーモアを交えたタッチで作成した店主の似顔絵のフラッグを作成。店主こそがブランドであることを示すとともに、楽しく優しい表情に来街者も注目、店を覗く絶好のきっかけとなった。



本郷百貨店の統一デザイン



商店主の似顔絵フラッグ

### 【事業の成果】

助成事業を実施した結果、情報誌を見て来店される顧客が増加した。固定客かと思いがうほどに親しげに入って来られる新規客もいるという。一方、“恥ずかしいからイヤ”と言っていた会員も、申し込めばよかったと思うようになるなど、事業に対する理解が進んだ。また、この情報誌を見て、非加盟店が新たに入会してくれる等の効果もあった。

さらに、この情報誌のデザインは、公益財団法人日本デザイン振興会が主催する平成27年度のグッドデザイン賞を受賞してマスコミにも取り上げられ、商店街の知名度向上に大いに寄与した。



助成事業以降の商店街活動

商店会がNPO法人の協力を得て実施した「本郷百貨店事業」は、地域の人々に商店街と個店の魅力を伝えることに成功。これらの成果を受けてNPO街ing本郷との密接な連携で、商店街の貴重な資産ともいべき大学生に参加してもらい、地域コミュニティの強化に資する事業を展開している。

(1)ひとつ屋根の下事業

高齢者の住まう住宅に大学生が割安で下宿し、話し相手になったり、生活の困りごとについてお手伝いをしてもらうというプロジェクト。これを推進するために、現在以下のような事業も立ち上げて継続中である。

①ひとつ釜の飯

高齢者と大学生が一緒にご飯を作って食べる食事を開催。食べながらの交流を図ろうというもの。

②おやつのお茶会

高齢者と大学生を中心に、地域住民も気軽に参加しておしゃべりを楽しむ「お茶会」を開催し、より幅広い世代の交流を図っている。

③片づけお手伝い

大学生が高齢者のお宅を訪問し、一つひとつ相談しながら片づけのお手伝いをして交流を図るもの。



地域の関係者相関図

(2)書生生活事業

地域活動への参加を条件に、家賃を減免して地域のアパートへ大学生に住んでもらうプロジェクト。平成23年よりスタートし、大学生から大学院生まで、男女合わせて卒業生6名を含む10名の書生が誕生している。

(3)文人郷事業

本郷地区に住んでいた文人は、その出身地や活動した地域、作品の舞台となった地域等全国に何らかの所縁を持っており、その地域では文人をテーマにまちづくりも行われている。そこで文人を題材にそれぞれの所縁の地と共同で街づくりを進めていこうというもの。



書生生活のパンフレット



説明会風景

自治体等との連携の状況

文京区

本郷商店会の長谷川氏は頻りに区役所を訪れ、補助金を含む支援を受けており、区とは良好な関係を保っている。文京区内には東京大学を始め19の大学があり、商店街と連携したカリキュラムを希望する大学も多く、区が近隣の商店会を紹介するなど、連携促進に努めている。区内の商店街は加盟店の減少が課題だが、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を見据え、区では外国人への対応がスムーズになるよう支援策を講じている。

平成29年度において区が講じている主な商店街支援策は下記のようになっている。

①プレミアムお買物券への補助

区では平成23年度から毎年、「プレミアム付買物券」のプレミアム部分を補助している。平成29年度も発行総額を3億3千万円とし、買物券と併用できる「文京区制70周年記念商店街クーポンブック」作成費への補助も行う。

②商店街エリアプロデュース事業

平成28年度から区が開始した事業で、区商店街連合会と受託事業者、区の3者が各々の商店会の希望調査を基に選定した重点エリアにプロデューサー（コンサルタント）を派遣し、インバウンドの取り込みや組織力強化、イベント事業の企画提案や集客方法の是正など、商店会の活性化について指導・助言を行っている。

③文京ウェルカム商店街事業補助金

東京オリンピック・パラリンピックの開催に向け、主に飲食店や小売店などの個店を対象に、店舗のWebサイトや看板など販促ツールの多言語対応に要する費用や、「Bunkyo Free WiFi」に接続するための機器の設置費用について一部の補助を行っている。

## 商店街の今後の戦略

### 〈川又会長〉

若手が行う街づくりへの取り組みについて、最初から否定せず、まず話を聞いていくことが必要と考えている。商店会の他の役員たちを説得し、理解してもらい、若手が動きやすい環境を作っていくことを心掛けており、今後もこうした姿勢で後継者の育成に力を入れていきたい。

### 〈長谷川氏〉

商店街の活動について、「用事をやらされる」「お金だけ取られる」等のマイナスイメージを持っている人が多いが、加入して、事業に参加してメリットが感じられるようにしていきたい。お客さんに対しても、「チェーン店ではここまでやってくれない」など商店街と個店の存在感を高めて、商店街があつてよかったと感じてもらわなければ生き残っていけない。このためにも「本郷商店会」の活動に力を入れていきたい。

また、後継者問題は個店だけでなく商店会自体にもある。できるだけ若手を抜擢して活動の場を与え、育てていく必要がある。さらに、外部人材の活用・育成の受け皿として、NPO法人街ing本郷を運営し、「こういう人たちがやっている商店街なら、空き店舗があれば入りたい」、「本郷は魅力のある街だから家を買って住もうかな」などと思ってもらえるような街づくりを進めていきたい。



～ 仕掛け人 ～  
本郷商店会  
会長 川又 靖則



NPO法人 街ing本郷  
代表理事 長谷川 大

## 取材を通して明らかとなったこと

商店街の活性化は、地域社会の動向と深く結びついており、地域に存在する“社会的な資源”を有効に活用するための連携が必要である。当本郷商店会は、近隣に東大はじめ多くの大学があることから、学生も一つの資源と捉え、学生達にもメリットのある形で参加して貰い、街づくりの貴重な戦力になって貰っていることが大きな特徴である。また、専門的知見を有するNPO法人との連携で、人手不足がちな商店会事業の企画・運営部門を充足させ、斬新なアイデアに溢れる事業を展開して消費者へのアピールに成功している。

さらに、商店会内部の組織運営において、先輩役員等との調整は難しい課題であるが、会長が中心となって調整を進め、若手のユニークなプロジェクトを成功に結び付けていることも、特筆すべき事項である。加えて、長谷川代表の日常的な努力により行政とのパイプが確立されていることも、諸事業を成功に導く要因となっている。オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、区も外国からのお客様に対し様々な対応策を講じることとなるが、商店街はその重要な担い手となることが期待されている。

ポイント

**アメリカンテイストの街が助成事業を契機に商店街振興組合を設立、積極的な集客活動で来街者が増加**

“海軍の町”として知られる神奈川県横須賀市で、“アメリカに最も近い街”を掲げて街づくりを進める商店街が、助成事業によるイベント活動を契機に、集客力の向上と商店街組織の基盤強化を目指して商店街振興組合を設立。市の助成事業も有効に活用して積極的な集客促進活動やSNSによる情報発信を展開し、観光客を中心に新たな客層の開拓を図っている。

商店街情報

所在地：神奈川県横須賀市本町2-7  
地域の人口：403,565人 166,268世帯(横須賀市)  
商店街の類型：広域型商店街  
組合員数：93名  
店舗数：100店舗(飲食店、衣料・ファッション販売店、  
趣味の雑貨店、サービス業等)  
TEL・FAX：046-824-4917  
URL：<http://dobuita-st.com>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

戦前は日本海軍、戦後は米軍の基地の町として発展してきた横須賀市で、京浜急行汐入駅に近接する300mの街区に横文字の看板が並ぶ「ドブ板通り商店街」。戦前、道路の真中を流れるどぶ川に、海軍工廠提供の鉄板で蓋をして通りを作ったことからこの名称がある。かつて、ベトナム戦争当時は米軍関係者が多く訪れ、これらを対象とした飲食店、外人バー、土産物店等で大変な賑わいを見せたが、その後の国際関係や円高等で外国人の来街が減少し街も閑散となった。

一方、近隣に大型量販店が開店して地域全体の人の流れにも変化が生じて来たことを捉え、現理事長ら当時の若手が中心となって日本人客に的を絞った集客イベント「ドブ板バザール」を立ち上げて継続的に開催。さらに「スカジャン」、「海軍カレー」や「ネイビーバーガー」等の店舗の活躍もあって、アメリカンテイストの街として時代の流れと環境変化に積極的に対応して来た。

助成事業の概要とその成果

日本人客の呼び込みを狙ってスタートした“ドブ板バザール”等のイベントも、年月が経つうちにマンネリ化が避けられず、効果的な対応策を考えている中で出会ったのが「地域商店街活性化事業」。毎週木曜日の夜に開催される「実行委員会」の会合で案を練り、応募の結果採択されて実施に漕ぎ着けた。

【25年度事業：毎日がアメリカなストリートづくり事業】

アメリカンなイメージを売りにするが、集客が伸びないという状況もあり、来街者にアメリカの雰囲気を一層味わってもらえるようイベントの充実と、地域特性を活かしたコミュニティづくりを狙った。

①英会話教室「ドブ板で英会話」

横須賀在住の米軍関係者の家族等を講師に、25年7月から翌年1月まで毎週末の土日に延べ51回の英会話教室を開催。「英会話希望者は2時に集合」と呼び掛け、毎回10名ほどの参加があり、市民レベルでの交流を深める場となった。

②ドブ板バザール(7月27日～28日、11月2日～4日)

商店街の看板イベントを充実・強化して7月と11月に開催。スワップミート(物々交換の蚤の市)、ストリートパフォーマンス、フードコートやハワイアン等のステージイベントで盛り上げた。ドブ板バザールでは米ドルでの買い物も可能としており、外国人だけでなく、旅行等で残ったドルを使えると日本人観光客にも好評であった。

③情報誌「ドブイタ・タイムス」の発行

タブロイド紙の装丁を意識した「ドブイタ・タイムス」を8回発行。商店街イベントを中心に会員店舗の情報等を掲載し、1回5,000部を印刷して地域に配布し街をPRした。

【26年度事業:ドブ板通りまち歩き情報提供事業】

25年度事業では、アメリカンな商店街の認知度向上を狙って集客イベントを実施したが、26年度は、個店の売り上げ増を狙い、より実効性の高い情報発信プロジェクトを実施した。

①「ドブ板通りまち歩きガイドブック」の作成

米海軍基地の街としてスーベニアショップや外人バーが繁盛したかつての面影を紹介し、スカジャンに代表される横須賀のファッション、さらに海軍カレーやネイビーバーガーなど現在の街の顔を紹介したガイドブックを作成。30,000部を印刷して組合員や関係機関に配布、最寄り駅等にも設置して幅広い情報発信を行った。

②SNS対応ホームページの制作

商店街が実施するイベント情報や各会員店舗の情報をきめ細かく発信するホームページを全面的にリニューアル。スマートフォン・タブレットにも対応し、来街客がリアルタイムで情報を検索できるようにしたほか、フェイスブックも有効に活用して商店街の新鮮な情報の発信に努めている。

英会話教室



スカジャン



海軍カレー



助成事業以降の商店街活動

(1)任意組織を商店街振興組合に改組

振興組合の前身である「本町商店会」は、戦後まもなく任意団体として発足、地元では「ドブ板通り」の通称で親しまれてきた。しかし、増加する観光客等の安全確保のための街路灯整備や防犯カメラの設置には行政の支援策が不可欠、また商店街活動を次世代に引き継いでいくためにも組織基盤の強化が必要と考え法人化を進めた。平成27年1月20日に創立総会を開催、横須賀市の認可を受けて「ドブ板通り商店街振興組合」として正式に発足。「ドブ板」ブランドを前面に押し出しての活動をスタートした。

組合事業としては、メインである「ドブ板バザール」を年4回開催、「フラッグコンテスト」「ハロウィンフェスティバル」「商店街ツアー」等の多彩なイベントのほか、観光案内所とアンテナショップを兼ねる「ドブイタステーション」、イベント広場の「ドブ板広場」の運営や街路灯・防犯カメラ等のハード施設の維持管理を実施している。また、「ミリメシ」の名称を付けた海軍カレーの缶詰を開発、1ヶ月間で1,000個を販売した実績を有する。

フラッグ



ミリメシ





## (2)ドブ板バザール等のイベントを強化

かつてドブ板通りは外人向けのバーや飲食店が軒を並べ“夜の街”のイメージが強く、子供達は近寄れない場所でもあった。外国人客の減少を機に、“アメリカンテイストが味わえる街”をコンセプトに、主な客層を日本人向けに舵を切り、その嚆矢ともいえる事業が今年で133回を数える「ドブ板バザール」である。

ドブ板広場をメイン会場として、米兵も出場する「アームレスリング」、「ロデオショー」など立地を活かしたユニークなイベントを企画、今年はいち早く「ポケモンGO」を取り入れて多くの参加者に楽しんで貰った。

こうしたイベントの企画・運営は、若手や女性を中心とする「実行委員会」が、毎週木曜日の夜に会合を開いて知恵を出し合い、実現に漕ぎ着けている。



アームレスリング

## 自治体等との連携の状況



横須賀市  
Yokosuka City

横須賀市には現在88の商店街があり、そのうち法人組織は12団体。市の調査では、商店街の半数以上が景況の悪化を課題としており、活発に活動していると回答した商店街は17%という状況にある。これら商店街の活性化策として市では「商店街アクションプラン」を策定し、商店街が行うハード整備やイベント等の事業について支援を行っている。

また、横須賀市では商店街組織強化のため法人化を積極的に進めており、このための予算措置も講じている。その内容は、組合設立に要する事務経費や備品等の購入費用の一部を補助するもので、当組合もこうした制度を利用し、設立段階だけでなく組合会館である「ドブイタステーション」の運営等にも活用している。

## 商店街の今後の戦略

「日本に居ながらにして外国の雰囲気味わえる街」をテーマに、人に来てもらえる仕掛けづくりを進めてきた。助成事業でイベントを強化した結果、年間の来街者が3割程度増加し、改めてイベントの効果を感じた。

現在は、商店会の役員と若手会員が中心となって数多くの事業を企画し運営しているが、今後は企画の段階から地元住民やファンを巻き込み、一緒にやっていくような体制づくりを進めていきたい。

さらに、マスコミにも積極的に働きかけ、これまで以上にメディアに取り上げられるようにしたい。これらを通じて“横須賀といえば、ドブ板通り”というイメージを高め、来街者の増加につなげたい。

また、活性化に向けて一つの商店街の努力には限界があり、行政等の支援が不可欠。今後も関係機関や他の商店街との連携を深めていきたい。

～ 仕掛け人 ～

ドブ板通り商店街振興組合  
理事長 越川 昌光



## 取材を通して明らかとなったこと

「ドブ板通り」という庶民的なネーミングにスカジャン、海軍カレーやネイビーバーガー等に加えて積極的なイベントの開催と情報発信を実施し、アメリカンテイストのイメージを多くの人に持ってもらったことが来街者の増加につながっている。特にイベントの開催には「実行委員会」による毎週の会議が重要な役割を果たしており、これを統括し方向づけしている商店会役員のリダーシップには大変素晴らしいものがある。

さらに、法人化したことにより市からの助成が受けやすくなったことと、運営面における組織体制が整備されたことが上記の成果につながっている。

# 「城下町村上の町屋」利活用調査による 商店街魅力再発見事業

村上市中央商店街振興組合

新潟県村上市

ポイント

## 歴史・文化の担い手として、街の新たな可能性と発展の 基盤づくりを推進

新潟県の最北端に位置する城下町の村上市。商店街の若手後継者等が歴史ある「町屋」を前面に押し出した街づくりで多くの観光客を呼び込み、地域の新たな発展を目指している。老朽化する町屋対策や新規出店者の募集による空き店舗活用に力を入れるとともに、若き商人の発案による「町屋の人形さま巡り」や「屏風まつり」等の歴史と文化に根差す数々のイベントを展開、時の流れの風情とともに細やかな人情で多くのリピーターが訪れている。

### 商店街情報

所在地：新潟県村上市小町4-10 村上商工会議所内  
地域の人口：62,444人 23,006世帯(村上市)  
商店街の類型：近隣型商店街  
組合員数：24名  
店舗数：48店舗(主な業種構成：食料品小売業、衣料品小売業、飲食店、日用雑貨小売業等)  
TEL：0254-53-4257 FAX：0254-53-0172  
URL：<http://958.jp/>



商店街の風景

### 商店街の概要と近年の環境変化

かつて村上藩の城下町として栄え、現在も市内には数多くの武家屋敷や商人の町屋が残る村上市。三面川の鮭による伝統料理、村上牛や地酒などの名産品のほか最北端の茶どころとしても知られており、堆朱・堆黒等の伝統的工芸品の工房も軒を構えている。また、古くから伝わる村上大祭や岩船大祭をはじめとする多くの伝統文化が継承されているほか、県や市の指定による建造物や絵画等多数の文化財が保存されている。加えて海沿いには、石油採掘の過程で湧出し、夕日の美しさで有名な瀬波温泉が旅の拠点として控え、観光都市として格好の条件を備えた地域である。

村上市中央商店街振興組合は、市役所に程近い市の中心部に位置し、小町、大町、上町の三つの街区から構成され、古くから村上の台所として親しまれてきた。当組合は、昭和37年、商店街振興組合法の施行後まもなく113名の組合員によって設立され、その後アーケードや歩道の整備、モーターゼーションへの対応のための道路の拡幅等を進めるなど商業環境の改善に取り組んできたほか、街並み保存についての調査研究や研修等を実施し、昭和63年には商店街CI事業として「街づくりの理念」を作成した。

一方、村上市も他の地域と同様、高速道路網など交通環境の変化に加えて郊外型パワーセンターの出店等で人の流れが変化し、中心市街地は徐々に活気を失いつつあった。こうした状況において様々な対策が検討される中で、商店街の若手後継者等が中心となって「村上町屋商人会」を組織、村上の資産である伝統的な町屋と埋もれていた村上の文化に光を当てた「町屋の人形さま巡り」「町屋の屏風まつり」等のイベントをスタートさせ、新たな街づくりの始まりとなった。これらの主要な取り組みは次のとおりである。



塩引き鮭

○町屋の人形さま巡り(平成12年～)

3月1日～4月3日まで、商店街を中心に70軒を超える町屋に古くから伝わるひな人形等を展示し、無料で公開している。

○町屋の屏風まつり(平成13年～)

9月15日～10月15日まで、人形さまと同様60軒を超える町屋で、伝来の屏風や昔の道具等を展示し、無料で公開している。

○チーム黒壁プロジェクト(平成14年～)

市民に1枚千円で板を買ってもらい、ブロック塀を黒い板塀に変え、街の景観を整えていくもの。



町屋の人形さま



町屋のイメージの商店 村上の千代鮭 きっかわ

上記の歴史と伝統文化による新たな街づくりに対する認知が進みつつあることを背景に、当商店街では助成事業に応募。町屋を活用した商店街の魅力再発見のための調査研究事業を実施し、空き店舗の活用等に向けた事業を実施した。

しかし、こうした積極的な取り組みにも拘らず、町屋は商店街の中に点在している状況であり、長い間シャッターが閉まったままの店舗もある。そこで市では、平成28年6月「村上市歴史的風致維持向上計画」を策定。同年10月、国土交通省等が推進する「歴史まちづくり法」による認定を新潟県で初めて受け、市民と行政の協働で、歴史・文化をテーマとした新たな街づくりを推進していくこととなった。

## 助成事業の概要とその成果

上記のように、商店街の活性化に向けた取り組みと並行して、街の若者による「町屋の人形さま巡り」をはじめとしたまちづくり活動や「むらかみ町屋再生プロジェクト」「チーム黒壁プロジェクト」など、町屋を中心とする景観の保全や活用の取り組みが進められてきた。本助成事業ではこれらの成果を踏まえ、「城下町村上の町屋利活用による商店街の魅力再発見事業」を実施し、観光客の呼び込みの強化や新規出店の推進による空き店舗の解消等を目指した。

### 【具体的な事業内容】

#### ①空き店舗オーナー募集説明見学会

出店の希望者に呼び掛けて、平成27年3月6日に説明会を開催。組合から、観光客をターゲットとした店づくりや現在進めている町屋再生プロジェクト等の説明を行ったほか、市からは町屋の再生等に係る助成制度等について説明してもらった。また、事業の実施に当たり、空き店舗の実情について綿密な事前調査を実施し、賃貸等が可能な店舗の状況について把握を行った。

#### ②イベント参加者の募集・PR・告知

商店街イベントや空き店舗事業に関する説明会等の周知には、県内で出版されている「月刊新潟 komachi」等に記事や商店街のマップを掲載したほか、県外客のためのPR用小冊子を作成・配布した。

#### ③Webサイトのリニューアル

商店街のホームページを、閲覧者の関心の高まるデザインにリニューアル、組合員誰でも情報をアップできるものとし、スマホへの対応も行った。



開店した木彫り堆朱の店

### 【事業等の成果】

空き店舗オーナーの説明会には4名の参加者があった。詳細な説明と実際に商店街を見てもらい、町屋の魅力が直接伝えることができた。また、ホームページを見た市外からの問い合わせも3件ほどあり、今後の方向性等に手応えを感じた。実際、この説明会に来会された新潟県五泉市の方が、平成27年11月に、駐車場の関係のため当商店街ではないが市内に新たに美容院を開業され、順調に客足を伸ばしている。

## 助成事業の概要とその成果

### (1)集客促進イベントを実施

商店街では、助成事業終了後も「町屋の人形さま巡り」や「町屋の屏風まつり」等のイベントに協力して集客を推進するほか、商店街として毎年開催している「地蔵様イベント・ナイトバザール」を7月23日に開催。合わせてスタンプラリーも実施し、“歩いて楽しい城下町・村上”を演出した。

### (2)空き店舗対策で成果

助成事業で実施した「空き店舗オーナー募集説明会」は、その後も引き続き開催しており、平成27年7月28日に第2回目の説明会と見学会を開催した。当日は5名の参加者がおり、組合から町屋の良さについて説明し、市からも景観条例や助成制度について説明をしてもらった。

こうした活動に対し、市内外からの問い合わせも増えている中で、当初商店街が想定した物件ではなかったが、老朽化した店舗をリニューアルし、新たに和菓子店と村上木彫り堆朱の販売店の2店の出店につなげることができた。建物の改修には市の助成制度を利用したほか、市民グループ「むらかみ町屋再生プロジェクト」の協力も得ている。

また、商店街の空き店舗情報は、組合のWebサイトから随時見ることができる仕組みとなっている。

### (3)先進商店街の視察研修

今後の商店街の運営や活動等について研修並びに情報収集を兼ねて先進商店街の視察を実施。平成27年には川越市一番街商店街振興組合を、平成28年には長野県松本市の中町商店街を訪ね、蔵造りの街の運営や、歴史ある建物の街における活動等について商店街の店主等から話を聞き、今後の参考とした。



開店した和菓子屋



松本市中町での視察研修風景

## 自治体等との連携の状況



村上市  
Murakami City



伝統工芸品  
「村上堆朱」



サケリン

村上市も他の地域と同様、社会的な面では少子高齢化が進み、人口は年々減少傾向にある。また、産業面においては中小企業を中心に事業所数が減少しつつあるという課題を抱えている。一方、村上市には、堆朱に代表される伝統工芸や塩引き等の鮭、地酒等の産業に加え、伝統文化を基調とした商業や観光産業等が息づいている。

そこで市では、地域の特性を活かした産業育成の一環として、地域資源を活用した新品种・新製品などの開発や地域ブランドの構築、販路拡大のための取り組み、市内での創業などの取り組みを支援する「産業支援プログラム」として7つのメニューを設け、事業者や商店街等の事業に対して支援を行っている。商店街等が活用している代表的な事業は以下のとおりである。

①まちなか景観魅力アップ事業補助金

街中の景観の向上や地域文化に配慮した施設の整備等を対象とする助成事業で、古い町屋の改修や、街路灯のLED化等に利用されている。

②創業応援事業補助金

市内での新たな創業者を対象に、店舗の整備等に要する費用の一部を助成。中央商店街で新たに創業した店舗でもこの助成制度を利用している。

③販路拡大きっかけづくり事業補助金

新商品や主力となる商品の販路を拡大するための取り組みや、イベント等への参加に必要な経費の一部を助成するもので、商談会等への出展、パンフレット等の作成、Webサイトの作成等に多く利用されている。

また、店主や市民による町屋や伝統文化を活用した地域活性化への取り組みを背景として、「村上市歴史的風致維持向上計画」を策定し、平成28年10月に国の認定を受けた。今後は、この計画に沿って歴史と文化を基調とした街づくりを進めていくこととしている。

## 商店街の今後の戦略

三つの商店街が合併して村上市中央商店街振興組合が結成された当時は100店舗を超える組合員がいて、大変賑わっていたが、現在は30に満たない状況となっており、新たな店舗を呼び込んで、再び街に活力を取り戻していくことが必要と考えている。幸い、商店街の若手の仲間が中心となって「町屋の人形さま巡り」や「町屋の屏風まつり」、「黒壁プロジェクト」等が推進され、全国から大勢のお客さんに来てもらっている。こうしたことに刺激されて店主の意識も変わりつつある。観光客に積極的に声をかけてくれるようになり、これがピーターにつながっていると考えている。

しかし、現状では町屋はまだ点在している状況であり、空き店舗も多い。助成事業で実施したマッチング事業(空き店舗オーナー募集説明会事業)により、美容院が新たに開店してくれたほか、和菓子屋さんと木彫り堆朱の工房が開店してくれて大きな成果を上げることができたことは大変心強い。

商店街としては、今後も賑わいを取り戻すための事業に力を入れていきたい。特に、個々の店舗については、それぞれの特色・カラーを出すことが必要であるほか、商品構成も考えていく必要がある。酒屋さんが酒だけではなく小間物も売るなどの例があり、こうした取り組みを推進したい。また、店舗に気軽に入ってもらえるようまちゼミ等を開催し、地域の人々との交流を増やしていくことも検討している。

将来、子供たちにバトンタッチするためにも、イベントを有効に活用してより多くの人々を呼び込むとともに、個々の店の魅力を高めていくことに力を入れていきたい。



～ 仕掛け人 ～

村上市中央商店街振興組合  
理事長 稲垣晴一



## 取材を通して明らかとなったこと

経済環境が大きく変化する中で、商店街は地域が活性化するために不可欠な存在であるとともに、地域に受け継がれてきた文化を未来に託す役割がある。いわば、そこで働き、そこで生活している人々が、将来も住みたい、次の世代に引き継いでいきたいと思うような街づくりが必要となっている。

城下町村上は、名所を徒歩で回ることができるコンパクトな街。古くからの風情を残す武家屋敷や町屋があり、観光や買物のついでに町屋の中をじっくりと見せてもらい、埋もれがちな文化に直接触れることができる。

社会の成熟化が進む中で、地域の市街地のある部分には“街を見て、歩いて買い物、散策のついでに飲食を楽しむ、季節の移ろいを肌で感じる”という大型のショッピングセンターにはない機能を充実させていくことが望ましい。これは、未来に残る街づくりの一つの方法であり、村上の商店街に学ぶべきところが多い。

また、市民の手による町屋の再生プロジェクトや数々の文化的なイベントが、全国の多くの人々の共感を呼び、意識の面で人々の絆を形成し、多くの応援団が生まれていることも特筆すべき点である。歴史的風致地区の認定も加わり、今、村上の街自体が“第2創業”の過程にあり、全国の優しい目がこれを見守っている。

ポイント

## 50年間継続する「チンドン祭り」を地域とともに開催し、世代を超えた交流を進めて街を活性化

日本有数の繊維産業都市である愛知県一宮市の商店街で、チンドン屋さんによるストリートパフォーマンスの大会を50年間継続して実施。次世代を担う若者や地域団体等も運営に参画して交流を深め、市の文化的行事にまで発展させた。昭和の風情を残す街区に、多い時には3万人を超える来街客が訪れるほか、素人によるチンドン大会も開催し、地域の名物となって厳しい環境下にある商店街の活性化に一役買っている。

### 商店街情報

所在地: 愛知県一宮市萩原町萩原河原崎79  
地域の人口: 386,187人 155,870世帯(一宮市)  
商店街の種類: 近隣型商店街  
組合員数: 97名  
店舗数: 110店舗(食料品小売業、生活・日用品小売業、飲食業、サービス業等)  
TEL: 0586-68-0034 FAX: 0586-68-1014  
URL: <http://www.geocities.jp/hagiwaramall/>



商店街の風景

### 商店街の概要と近年の環境変化

一宮市は愛知県の北西部で濃尾平野の中央に位置し、県内3位の人口を有する名古屋市のベッドタウンである。当萩原商店街は、名鉄尾西線萩原駅の西口の傍から全長500mに及ぶL字型の街区に、衣料品や雑貨、食料品や飲食店・サービス業等が軒を連ねる近隣型商店街である。かつては、東海道と中山道を結ぶ美濃路の宿場町として栄え、今もその風情を感じさせる街並みを有し、明治の中頃からは一宮が毛織物など繊維産業の一大中心地として発展したことにより、商店街には数多くの織子(女工)さんが訪れて大いに賑わった。

この当時、春の売出しに合わせて、店主たちが女形など思い思いの仮装をして店の宣伝をするユニークな取り組みを実施。本業の繁忙とともに専門のチンドン屋に宣伝を依頼し、そのワザを競わせたことが現在も続く「チンドン祭り」の誕生となった。昨年は50回の記念大会を開催。プロのチンドンチームがスポンサーとなった商店の宣伝をしながら街を練り歩き自慢の腕を競った。商店街主催による祭りとしては一宮市内の最大のイベントとして、県外からも多くの客を呼び込み、3万人を超える人で街が溢れ返っている。また、10年ほど前から、商店街の秋の感謝祭において「素人チンドン大会」を開催。1年を通じて商店街のPRを展開している。

一方、地場産業である繊維産業も海外現地生産の拡大や安価な海外製品の流入等で就労者が減少、さらに交通網の整備に伴う来街環境の変化や大型量販店の進出等により来街者が大幅に減少している。加えて店主の高齢化による廃業等により商店街の基盤も弱体化しつつあり、地域コミュニティ等との連携による新たな活性化策の展開が急務となっていた。



チンドン祭りの風景

## 助成事業の概要とその成果

商店街を取り巻く環境が厳しさを増す中で、3万人を超える集客イベントを継続して実施することは組合にとっても大変な体力を要する事業である。そこで、本助成事業の実施を契機として、商店街が中心となって地元の子供会、小・中学校の校長、消防団、地域づくり協議会等からなる「チンドン祭り実行委員会」を組織。従来商店街が総出で行っていた事業に地域の人々にも参画してもらい、“町を挙げてのイベント”として取り組むこととした。

なお、チンドン祭りはプロの部門を5月の第4日曜日に、素人部門を10月の第3日曜日にそれぞれ開催しており、国の助成事業としては「秋の萩原商業感謝祭」とこれに伴う「素人チンドン大会」を実施した。

チンドン大会では、全国から集まった14～16のチンドンチームが、スポンサーとなった商店の宣伝をしながら商店街を練り歩きその腕前を披露した。また、ステージでの太鼓等演芸の披露や、サンパチームのパレード、よさこい踊り、阿波踊りの連が街を練り歩き、地元だけでなく広く市外から訪れた来場者の目を楽しませた。さらに、消防団との連携でAEDの体験講習会も開催し、高齢化社会への備えとした。

### 【平成25年度事業のポイント】

平成25年度事業では、商店街をより広く知ってもらうために「商店街マップ」を2万部作成して配布したほか、広域からの来場者確保のため新聞の折り込みチラシやタウン誌への掲載、立て看板の設置、飛行機を使って空からのイベント告知等を実施した。

当日はあいにくの雨であったため、会場を小学校の体育館に移して実施。屋外のアトラクションができなかったため約1,000名の集客となったが、参加者は大いに盛り上がった。

### 【平成26年度事業のポイント】

平成26年度事業は“高齢者に優しい商店街”をテーマに、近隣の高齢者施設に声掛けし、イベント会場に足を運んでもらうとともに買い物も楽しんでもらった。組合では、専用の休憩施設を設置する等の手配をし、高齢者の来街に配慮した。また、地元中学校美術部によるステージのバックパネルアート制作、小学生による路上清掃や法人会による税の啓発活動なども加わって地域と一体のイベントとしての性格を強め、家族連れを中心に約15,000人の人出となった。



素人チンドン大会



中学校美術部制作のバックパネル

## 助成事業以降の商店街活動

商店街が長年に亘って「チンドン祭り」を開催し、地域レベルでの活性化を図ってきたことが評価され、平成19年に愛知県の「ブランド商店街」に認定されたほか、全国信用金庫協会主催の「商店街ルネッサンス・コンテスト」大樹部門において奨励賞を、共同通信社と地方紙による「地域再生大賞」の優秀賞を受賞するなど各方面においてその取り組みが注目されてきた。

当組合では、助成事業の実施を契機として組織した「チンドン祭り実行委員会」の機能を強化し、地域住民との協同による運営の強化を図っている。多様な地域活動を実施する団体等との連携で、幅広い世代の参加を可能にしたほか、新たなアトラクションを加える等商店街が独自で運営するよりもイベントの効果を高めることに成功している。このほか、イベント時の課題である駐車場の確保に学校や公民館、金融機関等の地元企業の協力を得て成功へと導いている。さらに、チンドン屋を知らない子供たちに親しみを持ってもらうために、マスコットキャラクター「はぎチン丸」を制作し、PRの幅を広げている。

実行委員会を中心に運営した「春の商業祭」における第50回のプロのチンドン祭りでは事前のPR効果等で約3万人が会場に訪れたほか、「秋の商業祭」における素人チンドン祭りでは2万2千人が訪れている。



はぎチン丸

また、以下のように、大規模なイベントの合間を縫って販促のためのイベントを季節ごとに実施するほか、目下、新たな地域コミュニティとの連携も模索している。

#### 【販促イベントの開催】

毎年、7月下旬に「中元売り出し」、11月に「えびす講」、12月下旬に「歳末売り出し」を実施している。特に「えびす講」では、地元の関係者や小・中学生による交通安全パレードを街区で行い、安全・安心な街づくりを呼び掛けている。

#### 【コミュニティ・スペースの開設】

地域住民同士の交流促進を図るため、空き店舗を活用してコミュニティ・スペースを開設しており、イベント時は無料休憩所とするほか、住民による個展や各種講座の開催等に有効に活用されている。

## 自治体等との連携の状況



一宮市  
Ichinomiya City

一宮市は県内で第3位の人口を有するが、市域商業の中核をなす商店街の環境は厳しく、平成20年以前には26を数えた商店街振興組合は現在19となるなど、郊外に立地する商店街を中心に厳しい環境に直面している。こうした状況を踏まえ市では、商店街の重要な役割である地域住民の生活の質や利便性の向上に資する機能の強化を図るため、法人組織を対象に助成制度を設けてその活動を積極的に支援している。

#### ①共同施設事業

商店街が有するアーケード・街路灯等ハードな施設の整備等に関して支援を実施

#### ②共同事業

商店街の集客促進等のためのイベント事業等を支援

さらに、市では、住民の高齢化の進展を踏まえ、買い物弱者に対する支援策を検討しており、実際の運用に当たっては商店街のネットワークの活用等が期待されている。

## 商店街の今後の戦略

50年間に亘って商店街では「チンドン祭り」を継続して開催してきた。これまで地域の人々は“参加”する側であったが、助成事業を契機に“協働”で祭りを支えてもらい、本当の意味で「チンドンの街・萩原」が定着してきたといえる。この“繋がり”を基軸に、馴染み客だけでなく、新たな世代の住民と交流できる商店街を目指したい。

このため、現在個店ごとに行われている買い物弱者対策について、コミュニティ・スペースを活用して「買物支援窓口」を設置するほか、購入商品の共同配送システムづくり等も進めていきたい。また、商店街の裏通りが地元の小学校の通学路に指定されているので、通学時の見守り活動を実施して店主たちと触れ合う機会を増やし、次世代の商店街ファンづくりを進めていきたい。

～ 仕掛け人 ～

一宮市萩原商店街振興組合  
左: 理事長 岩田 晴季  
右: 副理事長 小川 真範



## 取材を通して明らかとなったこと

かつて繊維産業の隆盛とともに栄えた商店街が、商業環境が厳しさを増す中で、非常にユニークな「チンドン祭り」を50年に亘って継続し、地域に根付かせてきたことの努力がまず評価できる事例である。商店街の重要な役割の一つとして地域の伝統文化や祭礼の継承があるが、これは並大抵の努力では続かないものといえる。特に、地域の人々との連携が何より不可欠であり、新たな世代に引き継ぐ構造がなければ簡単にすたれてしまう恐れが大きい。

当商店街では、運営組織として「チンドン祭り実行委員会」を組織し、地域住民の参加を可能として新たな運用の領域に踏み込んでいるほか、助成事業の活用を契機にSNS等の有効なPR手法を導入する等の努力を傾注。この結果、チンドンパフォーマンスという極めてアナログな文化に若い世代が広く触れ、新たな価値観を形成するきっかけを作り、商店街と地域の発展に貢献することとなった。今後、商圏内人口の高齢化と減少が予測される中で、街の新たな魅力づくりに一層邁進されることが期待されることである。



## ポイント

### 空き店舗を活用したよろず相談所「興学院」と、ワークショップ「サイエンスカフェ」で地域に密着した街づくり

大阪市北区の商店街の会員と地域団体や住民が、地域の活性化を目的とする「中崎・北天満商工倶楽部」を組織。地域コミュニティの核として、子育て・介護の悩みを共に考える商店街よろず相談所の開設や、大阪大学の支援を得て学者と来街者が語らう「北天満サイエンスカフェ」を毎月開催。農家との連携による野菜直売の朝市や女性部によるバザー等で賑わいを生み、後継者による空き店舗での開店等の好結果につなげている。

#### 商店街情報

所在地:大阪府大阪市北区黒崎町8番5号  
地域の人口:126,752人 76,144世帯(大阪市北区)  
商店街の種類:地域型商店街  
会員数:13名  
店舗数:13店舗(主な業種構成:飲食・喫茶、居酒屋、  
雑貨、衣料、古書、映画館、歯医者、保育所)  
TEL:06-6371-6054 FAX:06-6371-6100  
URL:<https://nakazaki-kitatenma.jimdo.com/>



よろず相談所「興学院」

#### 商店街の概要と近年の環境変化

当商工倶楽部は、地下鉄中崎駅から天神橋5丁目交差点に至る約400mの街区を有する「天五中崎通り商店街(通称:おいでやす通り)」の会員と、地域団体や住民等から構成される地域コミュニティ組織。商店街が立地するこの地域は、先の戦争での大阪大空襲からも焼け残り、戦後は映画館があったことなどから大勢の人々が集まり大変な賑わいを見せた。また、昭和33年にはいち早く全蓋型のアーケードを設置するなど、地域の人々から親しまれてきた。

現在の商店街は、「中崎商店街」「黒崎西商店街」「黒崎東商店街」「浪花町商店街振興組合」の4区、約200の店舗から構成されている。立地上、通勤や通学で通行量が多いが、地域住民の高齢化が進み、商店もこれらに対応した商品やサービスが増える半面、若者など新規来店客を引き寄せる魅力的な店舗に欠けることが課題となっている。加えて、梅田駅から東に徒歩で10分という至近な距離にあり、「うめきた再開発」により物販店を中心に大きな影響を受けているほか、商店街組織自体も商店主の高齢化と後継者不足から十分な活動を行うことが難しくなりつつあった。

一方、商店街の周辺には若者によるカフェやファンシーグッズ店が立地するようになり、これらの人々を街の活動に引き込むことも喫緊の課題となっていた。こうした中で、平成19年当時黒崎東商店街の会長であった当倶楽部の青山会長が、“商店街活動には街づくりの視点が必要”と考え、関係者と協力して20年3月に商店街マップ「北天満お散歩地図」を作成。さらに、21年からは毎月1回、大阪大学との連携で「北天満サイエンスカフェ」を始めた。こうした活動に賛同した地域団体や関係者により平成24年に「中崎・北天満商工倶楽部」が設立され、商店街と地域活性化への取り組みをスタートした。



商店街の風景

## 助成事業の概要とその成果

当倶楽部では、活動の拠点として大正9年建築の空き店舗をリニューアルし、「興学院」と名付けたコミュニティ施設を開設しており、助成事業においてはこれを活用して地域の人々への支援活動等を実施した。また、事業の実施に当たっては、「北天満社会福祉協議会」「北天満女性会」「北天満地域青少年指導会」などの地域団体と連携し、以下のイベント事業を実施した。

### 【事業テーマ：商店街のよろず相談所『興学院』】

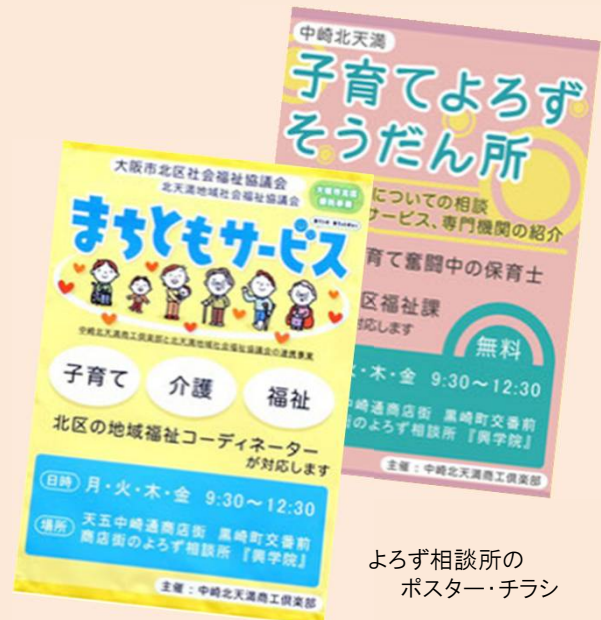
#### (1) 地域の人々のためのよろず相談所の開設と運営

買い物客やイベント参加者のために、保育士による無料保育を実施したほか、北区福祉課の職員や福祉コーディネーターの支援を得て、子育て・高齢者介護等に関する相談や、地域の支援サービス機関の紹介等を行った。事業期間中の対応件数は172件に上っている。

#### (2) 中崎北天満サイエンスカフェの開催

(12回開催、毎回約30人が参加)

サイエンスカフェは、学者と一般の人々がお茶を飲みながら科学等について語り合うものだが、当倶楽部では大阪大学と連携し、空き店舗のシャッター前の路上で開催している。助成事業では特に子供向けテーマの充実を図って実施した(主なテーマは以下のとおり)。また、商店街の店舗に効果が及ぶように、500円の買い物券を400円で販売し、商店街で使用してもらった。



よろず相談所の  
ポスター・チラシ

#### 《実施した主なテーマ(抜粋)》

平成26年4月19日	「お金の歴史について」大阪国際大学准教授
5月24日	「絵本のちから」読書アドバイザー・小学校教師
8月2日	「太陽系外に惑星を探す」名古屋大学准教授
9月20日	「これからマラソンを始める人の体カトレーニング」武庫川女子大学教授
12月20日	「こども面白サイエンスカフェ」大阪府立千里高校教諭
平成27年3月15日	「こどもは食べたように育つ」大阪千代田短期大学講師



サイエンスカフェの様子

#### (3) 陶芸教室の開催

地域住民や来街者を対象に陶芸教室を「興学院」で開催。専門家を招いて21回開催し、延べ315人が受講した。参加費は無料としたが、商店街での買い物を条件としたことで、個店の売上にもつながった。



陶芸教室

#### (4)朝市&手作りバザーを開催

(20回開催し、約4,600人が参加)

「食」をテーマに毎月2回、第2・第4土曜日に開催。奈良県宇陀市の野菜生産組合が朝採れ減農薬野菜の出張販売を行ったほか、北天満女性会が手作りの食品を持ち寄って販売。地域の住民が集まることで商店街が活気づき、個店にも客足が及んだ。



買い物客で賑わう  
朝市の風景

### 助成事業以降の商店街活動

当倶楽部では、助成事業で得たノウハウや成果を踏まえ、その後も引き続き主要な事業を継続して実施し、商店街と地域の活性化に取り組んでいる。事業実施後、歩行者通行量は1.5倍に増加、空き店舗も徐々に解消し、現在は0の状況を維持している。また、イベント等の費用については、大阪市や市商連の助成策等を有効に活用している。

#### (1)商店街のよろず相談所『興学院』の運営

保育士による買い物やイベント参加者のための無料保育のほか、子育て・高齢者介護等に関する相談会を引き続き実施。さらに、大阪市こども青少年局から「保育ママ施設」の開設依頼があり、平成27年4月より認可保育園「商店街の保育ママ 興学院」を開設し運営に当たっている。

#### (2)中崎・北天満サイエンスカフェの開催

助成事業実施後も月1回の開催を続けており、平成28年9月で100回目を迎えた。大阪大学大学院の長野講師の講座では、当サイエンスカフェへの出席及び運営の協力等で単位を取得することができる道が開かれており、学生の参加・協力が増えているほか、季節ごとに開催する「こども面白サイエンスカフェ」は、大人にも人気の講座で、商店街に客を呼び込む絶好の機会となっている。

#### (3)中崎・北天満朝市・手作りバザーの開催

本事業も月1回のペースで継続して開催している。事業を通じて奈良県の野菜生産者組合、北天満女性会と地域住民との結びつきが強くなり、街の活性化とコミュニティの強化に貢献している。

#### (4)地域イベント「北天満秋のコラボレーション」を開催

商店街の店舗と地域住民、大阪大学の学生等との連携強化と新規顧客獲得のきっかけづくりを目的として、毎年10月の最終土曜日に街を挙げての集客イベントを開催している。

イベントでは、幼稚園児50名による「キッズ創作ダンス」の披露、子供会や地域住民による「手作り縁日」、ボランティアグループによる「占い」や「バルーンアート」、大学講師による「サイエンスカフェ」、フォークソンググループによる演奏、等で大変盛り上がり、地域の人々とのつながりを一層強化していくことができた。



キッズ創作ダンス

以上のように、地域との連携に有効な事業については、行政の支援を活用する等の工夫をして継続しているほか、地域の団体や幼稚園等の結びつきで保護者等の来街も増加しつつあり、地域コミュニティを核とした街づくりの成果が徐々に表れている。

## 自治体等との連携の状況



大阪市  
Osaka City

大阪市内には約480の商店街が存在し、日常の買い物の場や地域の交流の場として機能しているが、近年の大型店やコンビニの進出、ネット販売等で一層厳しい環境となっている。大阪市経済戦略局では、これらの問題解決に向けて活性化支援策を講じており、特に「大阪市商業魅力向上事業」等を通じて以下のような助成を実施している。

## ①ハード施設整備への助成

商店街が社会的・公共的役割を果たすとともに新たな魅力づくりのための「施設整備事業」として、商店街のアーケード、カラー舗装、街路灯、駐輪場等の新設や改修・補修等に必要費用の一部について助成を実施。また、「オープンモール化事業」として、既存アーケード等の撤去とこれに合わせて実施する施設整備に対して費用の一部を助成。

## ②ソフト事業への助成

商店街の新たな魅力づくりのための賑わい創出イベントの開催や、空き店舗活用事業等に要する費用の一部を助成。

## ③大阪商店街賑わいキャンペーン事業

市内の商店街を束ねる「大阪市商店会総連盟」と連携し、市内各地の商店街が一定の期間内に集中してイベントを実施する事業に対して費用の一部を助成するとともに、インターネットやチラシ等で情報発信し、支援している。

当商工倶楽部も、本事業を活用し、「北天満秋のコラボレーション事業」を実施している。

## 商店街の今後の戦略

当商店街は、再開発された梅田の商業施設から徒歩で僅か10分の位置にある。大量の商品を揃える複合型商業施設と共存していくためには、アーケードを中心とした“線”としての商店街ではなく、地域の新しい商業者を取り込んだ“街”としての視点が必要と考え「中崎・北天満商工倶楽部」を設立。地域の団体や大学などと連携しながら、優しさや温かさを伝える、複合商業施設にはない取り組みを始めた。

また、平成22年には、西区の母親の育児放棄により3歳と1歳9か月の子供が亡くなる痛ましい事件が起きた。この事件から、育児や介護に疲れての虐待や事故を防ぐための「商店街よろず相談所」の開設を思い立った。この活動も2年を経過し、市の子供相談センターから短期の里親としての協力を打診されており、今後は育児放棄や幼児虐待の一時避難所としての役割を担っていく予定である。

さらに、「サイエンスカフェ」も100回を超え、地域住民だけでなく府内の広い範囲から参加してもらえるようになった。

今後は、ネットワークの強化・活用とともに、会員の増強に努めていきたい。



～ 仕掛け人 ～

中崎・北天満商工倶楽部  
会長 青山 隆一

## 取材を通して明らかとなったこと

本事例の特徴は、一つには、商店会の会長を務めていた青山会長が、その経験の中から、アーケードによる“線”の商店街から、周辺の新しい店舗を取り込み“面”による街づくりを積極的に進めていること。二つ目は、地域の間人関係が希薄になることなどで発生する事件や事故を、コミュニティの機能を高めて未然に防いでいこうとしていること。三つ目には、“商学連携”により、人々の役に立つサイエンス・カフェ等の事業を継続して運営し、地域に溶け込んだ行事に育て上げていることが挙げられる。

また、こうした取り組みのために、会長が中心となって市等が開催する街づくりの勉強会に積極的に参加して情報を得るほか、人的なネットワークを形成していることが特筆すべき点である。サイエンス・カフェの開催も、大阪大学の長野講師との出会いがあってこそその事業である。

地域の人々は商店街に何を望んでいるのか、地域の学校や団体等からそのニーズを汲み取り、地域の活性化と商店街に売り上げ増をもたらすための工夫を常に講じている姿は、活性化を模索する他の街の参考に値するものである。

ポイント

「人と人のつながり」をテーマに、楽しい仕掛けで学生・住民・店舗の交流を深め、街を元気に

神戸市でも屈指の高級住宅街である岡本地区を控える商店街。阪神・淡路大震災からの復興の過程で人と人とのつながりの重要性を再認識し、商店街活動にも人とのつながりに価値を置く事業スタイルを導入。「ひとバル」など顧客も店も楽しめる「人々を参加させる仕掛け」で、多くの学生や住民が商店街事業に参画し、活性化と新たな顧客の開拓に成功。また、東日本大震災で被害を受けた気仙沼の復興支援にも積極的かつ継続的に取り組んでいる。

商店街情報

所在地:兵庫県神戸市東灘区岡本1-14-14  
地域の人口:213,648人 97,708 世帯 (神戸市東灘区)  
商店街の類型:地域型商店街  
組合員数:290名  
店舗数:400店舗(主な業種構成:食料品小売業、衣料品小売業、飲食店、日用雑貨小売業、サービス業等)  
TEL:078-412-3096 FAX:078-453-2841  
URL:<http://www.kobe-okamoto.or.jp/>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

阪急電鉄「岡本駅」と、JR東海道線「摂津本山駅」の間の約300mの地域に複数の街区を有する岡本商店街。神戸三宮には8分、梅田には約25分という位置で、阪急とJRの乗り換え客が多数街区を通行するほか、近隣には甲南大学、甲南女子大学や神戸薬科大学があり、多くの学生が街を訪れている。また、岡本地区は神戸の高級住宅地としても知られており、おしゃれなカフェやファッション・雑貨店、美容院等が軒を連ね、流行に敏感な女性や若者が目立つ商店街である。

当商店街は、昭和60年に商店街振興組合として発足、当時は現在に比べると地味な雰囲気だった。平成7年1月の阪神・淡路大震災で大きな被害を受け、地域の人々の支援を得て復興に尽力。「百年もつ、後世に残る道にしよう」という住民の思いと行政の協力・支援が実り、平成11年に石畳を敷き詰めた街路が完成し、「石畳の街並み」が商店街のシンボルとなった。さらに、地震で倒壊した建物の跡にマンションや商業施設が建設され、地域の人口は震災前より増加し、「岡本」は関西の住みたい街ランキングで常に上位にランクされるようになった。一方、立地する地域の関係から、地価が高く新たに入れる業種に限られる傾向にあるほか、店舗のオーナー率も低い状況にあり、個店の営業には様々な制約が存在している。

こうした中で、平成23年3月の東日本大震災においては、県や支援機関の紹介により「気仙沼新中央商店会」を訪問。その後、安否情報の発信代行や被災した商業者との交流を進め、平成24年には空き店舗を活用して復興支援を目的としたアンテナショップ「気仙沼まただいん」(“また来てね”を意味する気仙沼の方言)を開業。当初は助成金を活用していたがその後は独立採算で運営し、気仙沼出身のスタッフが丁寧に対応している。現在も年に数回組合員が気仙沼を訪れ、現地の物産品を定期購入して当商店街で販売するなど、息の長い支援活動を展開している。



気仙沼まただいん

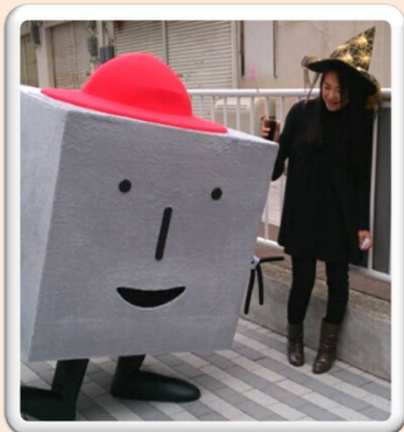
## 助成事業の概要とその成果

通勤・通学客等で人通りは多いが、若者は格安のチェーン店に流れ、商店街の利用が少ないことからこれらの人々をいかにして取り込むかが課題であった。そこで平成25年度の助成事業では、近隣の甲南大学、甲南女子大学や地域団体等と連携し、商店街のコミュニティに参加してもらう機会を作ることを主眼として事業を実施した。また、26年度事業では「ひとバル事業」と銘打って、「店舗は人と人が出会う場所」としての機能を強化するための諸事業を実施した。特に社会で活躍する人たちと語り合い、街が人と人の出会いや人から学ぶことのできる場所であることを認識してもらうことに努めた。

## 【平成25年度事業】

## ①まちライブラリー

東灘図書館が平成25年9月に移転することになり、本との関わりを持てるようにと「まちライブラリー」を実施。カフェなど参加した10店舗に本棚を設置し、それぞれ感想などのメッセージを添えた本を持ち寄ってもらい、本を仲介にコミュニティの輪を広げた。本棚を囲んでのお茶会等も開催し、人々の交流を深めることができた。



石だたみ君と魔法使い

## ②岡本のゆるキャラ「石だたみ君」作成

甲南大学生や地域の人々が参加して商店街のゆるキャラを制作。岡本ハロウィーンでお披露目し、子供クリスマスキャロルなどのイベントで活躍している。『岡本商店街を通る人々に踏まれながら、みんなが転ばないようにしっかり支えている石畳を気の毒に思った魔法使いの手によって、石だたみ君は地上に生まれました。』というエピソードがほほえましい。

## ③岡本ファッションショーの開催

甲南女子大学の学生と商店街のブティック等が協力して、岡本のファッション情報を発信するショーイベントを実施。岡本コレクション、南女コレクション、デニムコレクションの3部門で学生や地域の人々がモデルを務め、交流にも効果があった。

## ④ツタエテガミ事業(震災の被災地に手紙を届ける事業)

地域の住民や学生、店主たちが東日本大震災のドキュメンタリー映画を鑑賞し、阪神・淡路大震災の体験を含めて語り合う場を設置。参加者が被災者への励ましの手紙を書き、商店街の理事が気仙沼の仮設住宅に届け、心からの支援を行った。

## ⑤石だたみ大学の開催

商店街が運営する岡本好文園ホールを会場に、カフェや雑貨店、ダンススタジオのオーナー等を講師に20歳以上の女性限定のワークショップを開催。参加をきっかけに店主とのつながりができ、常連となるケースも見受けられた。



石だたみ大学の風景

## 【平成26年度事業】

## ①成功者と語ろう・ひとバル

前年度実施した「石だたみ大学」を発展させた事業。通常のバルは、店舗を巡って飲食を行うものだが、「ひとバル」は店舗を巡ってそこで開催される様々な分野の人との語り合いに参加し、楽しみながら学んでもらおうというもの。店舗は人と人の出会う場所を具現化した事業で、以下のようなテーマで開催した。



ひとバルの風景

## 《開催日とテーマ等》

- ・平成27年3月15日 関西ウォーカー編集長、まちライブラリー提唱者
- ・平成27年3月20日 よしもと所属のお笑い芸人の苦労話、ノーベル賞授賞式の酒を造る仕事
- ・平成27年3月21日 神戸市広報専門官、甲南大学法科大学院院長、自然農法コンサルタント
- ・平成27年3月22日 映画ロケのコーディネーター、クラウドファンディングコーディネーター
- ・平成27年3月24日 プログラマー、古民家再生によるまちづくり、映画監督、デザイナー、漫画家
- ・平成27年3月28日 グランドフィナーレ(交流会)

## ②謎解きイベント

商店街の店員からヒントを得て謎を解いていくイベント。店舗との交流を深めることを目標に実施した。



### a.プレイベント「魔法商店街の不思議な門」

ヒントが貼ってある商店街の5店舗をめぐり、クロスワードを完成させて呪文を見つけると抽選で本格版周遊謎解きイベントの招待状がもらえる仕組みとした。

### b.本格版周遊謎解きイベント「魔法商店街と伝説の杖」

商店街の各所にあるヒントをもとにキーワードを見つけて謎を解き、時間内にゴールした方へ豪華賞品をプレゼント、参加者全員に「ひとバル」で使用できる飲食券を進呈した。

### c.グランドフィナーレ交流会

第一部として交流会場で「ひとバル」を実施。企業の役員、童話作家、デザイナー、タレント等が参加してくれ、参加者は各テーブルを回って興味ある講師の話の聞いた。

第二部は、商店街の個店情報等をヒントにした謎解きの企画で、同じテーブルの参加者同士が相談しながら呪いを解くおまじないを探求。交流を深めるとともに個店を身近に感じてもらうことができた。

## 助成事業以降の商店街活動

「人と人とのつながり」で街を活性化する「ひとバル」等の事業は盛況裏に終了。組合では、その成果や手法を踏まえて、顧客と店が「互いに顔の見える関係でつながる」ための仕掛けを工夫しながら、様々な事業を展開している。事業の企画から運営については定例の役員会のほか、メールやLINEを有効に活用して組合員との情報の共有を図っている。

### ①商店街では常にイベントを開催して、来街者へのアピールと交流を促している。

- ・ 2月 梅の味覚フェア
- ・ 5月 岡本ハンバーガー・フェスティバル
- ・ 8月 ジャズ盆踊りと流しそうめん、サマーフェスティバル
- ・ 9月 岡本カレーWEEK・岡本カレーダービー
- ・ 10月 秋の味覚フェア
- ・ 11月 岡本ハロウィーンイベント
- ・ 12月 ウィンターフェスティバル



岡本ハロウィーンのボディペイント会場

### ②20歳以上の女性向けイベントの開催

商店街の立地上、主要な顧客は成人の女性であることから、女性限定の「女子力アップイベント」を春と秋の年2回、岡本好文園ホールで開催している。ホールでは、メイクやネイルアート等の出店や着物の着付け教室、タロット占いのセミナーを開催。街のカフェや雑貨店でもこれを盛り上げるセールやイベントを合わせて行っている。

### ③組合員による自主企画イベント

商店街組合が実施するイベントのほかに、各店舗が独自で「占い」「ライブ演奏」等のイベントを開催しており、全体では月間に50件を超えるイベント(平成29年3月)が開催されている。商店街では、これらのイベント情報を収集し、チラシや看板、ネット等で広くPRしている。

### ④商店街のPR、情報発信等の認知度向上のための事業

#### a.FMラジオの活用

地元のFMラジオ局で、岡本商店街提供の番組「石だたみの街から」を毎週土曜日の夜8時から放送。商店街の事務局も音響スタッフとして番組づくりに参画し、街の生の情報と魅力を発信している。

#### b.石だたみボーイズの活動

商店街で働く20代～30代のイケメンの店主やスタッフ14名で構成されるグループユニット「石だたみボーイズ」を結成。石だたみを歌詞に織り込んだ商店街のPRソングでCDデビュー。商店街のイベントにライブ出演する等でファンも増え、賑わいの創出に一役買っている。CDには、商店街や店舗を紹介する小冊子を同封するなどの工夫を凝らしてPR効果を高めている。

#### c. ユーチューブに「恋」のダンスをアップ

人気ドラマの主題歌「恋」のダンスを商店街の33店舗・100名で踊り、これをユーチューブにアップしたところ大変な評判となり、再生は4万回を超え、テレビにも取り上げられるなど大きなPR効果を生んだ。



石だたみボーイズCDジャケット

## d.ホームページやSNSを活用した情報発信

商店街のニュースやイベント情報、個々の店舗の情報を発信するため、Webサイトの充実を図っているほか、Facebookを活用して街の新鮮な情報を効果的に発信している。これにより街でどのような取り組みが行われようとしているのか、イベントだけでなくアルバイトの情報等も一目でわかる状況となっている。

## e.その他事業

組合では、上記のようなイベント活動に加え、岡本好文園ホールや駐車場の管理・運営を行うほか、商店街区の清掃等街の基盤となる部分の運営も確実に実施している。

## 自治体等との連携の状況

## 神戸市

神戸市では、平成26年度より商店街等に対する助成事業を改変し、従来の市側が支援メニューを提示して応募してもらう方式から、商店街等が市に対して必要とする支援を企画・提案するプロポーザル方式とした。さらに事業期間も、従来の単年度に加えて3年間での実施を可能とした。これにより、ビジョンの作成からスタートして順次事業の範囲を拡大する等効果的に事業を推進することが可能となった。

平成26年度には12団体が手を挙げ、公開プレゼンテーションの結果、岡本商店街では「商店街のコンシェルジュ配置」「ギフトブック作成」「iBeacon事業」「石だたみキャンパス」の4つの事業が採択されて実施した。

また、市では、支援のための業務量の増大に合わせて職員を増員、各事業の進捗確認とサポートを実施するほか、それぞれの事業を紹介するニュースレターを作成し、市民への周知に努めている。特に、岡本商店街の「コンシェルジュ事業」の記事は全国紙にも掲載され、組合員になったらこのようなメリットがあると認識され、加入促進にもつながった。また、別の商店街では、空き店舗が大幅に減る等の成果が上がっている。このほか市では、市内の空き店舗の情報を簡単に検索できる「商店街・市場情報ナビ」を関係団体と連携して開設しており、新たに出店したい人々の便宜を図っている。

## 商店街の今後の戦略

阪神・淡路大震災での地域の人々からの支援、東日本大震災後の気仙沼の復興のお手伝いなどを通じて、“人と人とのつながり”が商店街の活性化に不可欠と考え、イベントにもこうした趣旨を取り入れてきた。その結果、「商店街に行けば何かやっている」という良いイメージを持ってもらい、安定した来街者数につながっていると考えている。現在、空き店舗は比較的少ないが、地域の特性からオーナー率が5%と非常に低い。今後、賃料が高騰した場合、学習塾や薬局、不動産業など他地域からの来街客にとって魅力に欠ける業種への偏りも危惧される。そこで、年2回のオーナー会議を開催し、「街を歩く人が楽しめる店を入れてもらえないと、街の魅力がなくなる。」という我々の理念を理解してもらうとともに、オーナー同士の顔つなぎの場とし、同じ商店街の仲間という意識を高めてもらうよう努めている。

また、今後は灘五郷や有馬温泉、六甲山など日本一ともいえる地域資源を活かした企画を立案し、世界の人々とのつながりを目指して岡本の魅力を発信していきたい。

これらの取り組みを通じて人が集まる商店街を維持し、商店街への未加盟店舗に加盟を呼びかけるほか、新規開業の際にはSNSで店舗情報を発信するなど、街の魅力をより多くの人に知ってもらうための活動を継続していきたい。

～ 仕掛け人 ～

岡本商店街振興組合  
理事長 松田 朗



## 取材を通して明らかとなったこと

当商店街は、阪神・淡路大震災の被害から復興を果たし、“若者や女性が集まるファッションブルな街”として知られている。商店街の機能として、物販やサービスの充実は当然のことながら、これに加えて“人と人とのつながり”を実感できるコミュニティ機能の強化が不可欠である。一つの文化であり理念ともいえるこうした機能は、街全体・組織全体で醸成していくことが重要で、このため当商店街では日頃からオーナー会議の開催や店主の研修活動に力を入れている。『お店の人も楽しんでやっていると、お客さんに楽しさが伝わらずしんどい。』という店主の言葉に代表されるように、まず実施主体が楽しめる内容であることが、人を引きつける条件であり、多くの街の参考となるものである。

また、イベント会場となる「岡本好文園ホール」の運営、石畳の街区などハード面に加えて、「石だたみボーイズ」や地元FM局の放送、豊富かつ最新の情報と楽しさをアピールしたWebサイト、新規開店の店舗を紹介するSNSの活用、近隣大学との連携など、商店街が講じている仕掛けも非常に充実している。これに加えて、日々新たな何かを創出し、街をPRしていくには、商店街事務局の感性と活躍も見逃せない大きな要素である。



# 隣接商店街とのコラボレーションによる まち創出事業

元町通り商店街振興組合

鳥取県米子市

## ポイント

### アーケードの撤去を機に、隣接商店街との連携でコミュニティ活動の強化と新たな街づくりに挑む

JR米子駅から徒歩3分ほどの商店街。かつては、バスセンターが併設された百貨店が近隣にあるほか、米子高島屋に続く街として周辺地域からも大勢の来街者があり大変賑わった。4年前に築40年を超えるアーケードを撤去して街の外観を一新。これを機に植樹やベンチの設置、下水関係の整備など商店街の環境整備を進めるとともに、イベント活動を活発化させて地域住民とのコミュニティ連携を強化。住みたい街、住みやすい街を目指して中心市街地の新たな活性化に取り組んでいる。

#### 商店街情報

所在地：鳥取県米子市日野町162番地  
地域の人口：149,298人 65,979世帯(米子市)  
商店街の種類：地域型商店街  
組合員数：18名  
店舗数：29店(衣料品、日用雑貨、飲食・食料品、サービス業など)  
TEL：0859-22-3634 FAX：0859-32-6388  
URL：<http://motomachi88.webcrow.jp/>



商店街の風景

## 商店街の概要と近年の環境変化

鳥取県米子市の中心市街地に位置する元町通り商店街(通称：元町サンロード)は、全国でも珍しい“葉の木”がある公園通り型の商店街として知られている。もともと米子市は、古くは北前船の寄港地として、近代になっては山陰で最初に鉄道が開通するなど交通の要衝として栄えてきた。当元町通り商店街は、松江と姫路を結ぶ信仰の道・参勤交代の道として知られる“出雲街道”に面しており、古くから人々の行き交う場所で商業も盛んであった。さらに、昭和30年代は、近隣にバスセンターを併設した大丸デパートもあり、米子駅に至近なことから“ここに来れば何でも揃う商店街”として近郊からも多くの人々が訪れていたが、バスセンターの移転に加え、郊外型大型商業施設の進出や交通環境の変化等で閉店する店舗が続き、徐々に活気を失っていった。

また、昭和40年代に設置されたアーケードは築40年を経過し、電気代や修理費等の多額の維持費を必要とするほか、雨漏りだけでなく落下物の発生等も危惧しなければならない状況があり、商店街を通学路とする小中学校関係者からは“商店街は暗くて危ない”との声も出るなど、猶予ならざる状況となりつつあった。

そこで、“一旦原点に立ち返って新しい街づくりをスタートさせよう”、“商店街のイメージを変えて次世代が商売できる街にしよう”との考えから平成23年にアーケードの撤去に踏み切った。

さらに、「アーケードを撤去すると確実に来街者が減る」という専門家のアドバイスを得て、街区内にあるパティオの管理を市より任されて住民に開放。休憩用ベンチの設置、健康増進を意味してナンテン、クロモジ、サンシュなど15種類の葉の木を大型の鉢を使って植樹したほか、店舗の営業上制約となっていた下水関係の整備も行って商店街全体



出雲街道の目印

の環境整備を実施。「薬木と小道のあるまち、風かほる元気な街」をテーマに、住民の協力のもと新たな街づくりを目指した。

商店街のイベント活動等については、一足早くアーケードを撤去した隣接する「法勝寺商店会」と連携し、店舗の前で戸板に品物を並べる「戸板市」や「賑わい市」などを実施。アーケード撤去後は、街区の清掃には住民の方にも参加してもらうようになり、地域との連携も一段と深めることができた。

こうした状況を背景に、平成26年度に地域商店街活性化事業を実施し、商店街の新たな魅力作りのための様々なイベントの開催や、先進商店街の取り組み状況等を視察し、今後の街づくりの一助とした。

さらに、健康教室や防災に関する啓発・普及、街並み緑化推進事業等を通じ、住民が街づくりに積極的に関与してもらうためのコミュニティの強化と地域力向上を狙った。



アーケード撤去工事

## 助成事業の概要とその成果

組合では、アーケードの撤去を商店街の新たなスタートと捉え、商店街の魅力の創造と情報の発信、地域コミュニティとの連携による地域力の向上等を目指して助成事業に応募した。事業の実施に当たっては、隣接する法勝寺商店会との協働での運営とし、商店街関係者だけでなくアドバイザーや行政、関係団体等の協力を得て「街づくり会議」を設置。毎週月・水に定期的に会合を重ね、事業運営だけでなく商店街の魅力づくり等についても検討を行った。

### 【実施した主な事業】

#### (1)地域力向上事業

地域に住まう高齢者は“地元の宝”と考え、住民の健康増進を目的とする「健康教室」を開催。太極拳教室、まちなか薬膳教室、サンロードの薬木教室、メイクアップ教室等を開催して100名を超える参加があり、地域の人々の交流が進んだ。

また、地域防災の普及・啓発事業として、消防署や自治会の協力の下、AED講習会、防災講演会を開催するとともに、地域防災アンケートを実施し、住民の防災に対する実情を探り組合の対応策の基礎としたほか、地域の住民とともに「まちなか緑化運動」を推進した。

#### (2)商店街魅力創出調査事業

それぞれのイベントに合わせて、商工会議所、米子市中心市街地活性化協議会及び市役所の協力を得て、地域の消費者が中心市街地の商店街にどのような機能や役割を求めているか等についてニーズ調査を実施し、全体で230を超える回答を得た。その結果、イベントに関しては来街者の満足度は比較的高く、新たにグルメ系のイベントを期待する声があったほか、防災関係では安心して暮らせるまちづくりのために地域コミュニティの重要性が確認できた。

#### (3)商店街のまち創出事業(集客イベント事業)

商店街の集客イベントとして、「まちなか納涼祭」「ダラズ夜市」「まちなか音楽祭」「農水産物収穫祭」「しめ縄づくり」等多彩なイベントを、商店街との交流のある団体や他の地域機関などと連携して実施。商店街が地域の人々とともに新たにスタートしたことを印象付けることができた。

組合として、従来にない様々なイベントに取り組んだ結果、近隣住民との相互理解が深まり、連携して地域を盛り立てようという機運が高まった。また、従来のイベントに比べて遠方からの来街者が増えており、商店街の認知度の向上にも寄与した。

さらに、お客様や地域のニーズを把握することができ、今後の事業活動の方向や有効な販促活動の基礎資料とすることができた。



商店街に植樹した薬木

## 助成事業以降の商店街活動

当組合では、助成事業終了後もその成果を踏まえ、事業予算や運営体制等の制約がある中で近隣の商店街と連携しつつ、集客促進やコミュニティ機能の強化のための事業を積極的に展開している。事業の運営については、毎週水曜日に開催される「定例街づくり会議」が主体となっており、担当するほか、隣接する法勝寺商店会の会議にも参画して情報の共有を図るとともに、連携してイベント活動を展開することにより相乗効果を生み出している。

### (1) イベント活動

組合では、元町パティオを使用するなどして、毎月何らかの行事の開催を心掛けている。具体的には、戸板市、にぎわい市、夏の売り出し、夜の戸板市、がいなまつり(地元の夏祭りイベント)、近隣商店街との協力による歳末大売り出し、等のイベントを開催している。

また、観光協会の協力を得て「小路めぐりスタンプラリー」や「まちなか観光イベント」等のまち歩きイベントを開催し、より多くの人に街を知ってもらう工夫を講じている。

### (2) 商店街マップの作成

アーケードを撤去し、歩道の整備や薬木の植樹、ベンチが設置されるなど環境が整った商店街に来て頂きたい、さらに、ここで店を開きたいという方が一人でも現れて欲しい、という願いを込めて商店街のPRマップを作成(3,000部)して配布した。作成に当たっては、組合員だけでなく自治体の職員や自治会のメンバーも加わり、街歩きからスタートして、町の特徴を確認しながら行った。

### (3) フラワー・ハンギング・バスケット教室

ペットボトルを活用して草花の寄せ植えを作り、これを商店街の中に吊り下げる「フラワー・ハンギング・バスケット教室」を開催しており、住民からは気楽にだれでも参加できて楽しめるという好評である。

また、作成したフラワースタンドを街区に吊り下げることで、街のイメージアップに大変役立っている。

### (4) 無料レンタサイクル事業

平成28年度より、公共機関である路線バスで来街された方の足の便を確保するため、組合員である自転車店の協力を得て、無料のレンタサイクル事業を開始した。来街されたお客さんが鳥取医大等の他所へ行く場合や、ビジネスマンの近隣への移動等に重宝してもらっている。

### (5) 空き店舗対策

隣接する「法勝寺商店会」において実施したチャレンジショップ事業に参加していたマッサージ屋さんが、元町通りで開業することができた。法勝寺商店会に良い物件がなかったため、隣接する商店会において探したもので、商店街同士の連携の結果による成果であり、店舗の借り上げ等に関しても商店街が協力する等の手伝いをした。



フラワー・ハンギング・バスケット



レンタサイクル



元町パティオと法勝寺電車

## 自治体等との連携の状況



米子市では、中心市街地の活性化を図るため、住民や民間事業者、関係団体など多様な関係者の参画と連携により、中心市街地における都市機能の一層の増進、地域社会及び経済活力の向上を総合的に増進するための「中心市街地活性化計画」を策定し、その実現に取り組んでいる。商店街については、居住人口の減少や空き店舗の増加等の課題がある中で、『人が集まり、歩いて楽しめ、元気に暮らせる中心市街地』の形成を目指して様々な支援策等を実施している。

具体的には、商店街内での新たな創業を支援する「チャレンジショップ事業」、出店の促進に必要となる設備費や地域文化・人材等を活かした商店街づくりを支援する「賑わいのある商店街づくり事業」、街中の遊休不動産の活用を促進して新たな事業者の掘り起こしをする「まちなかデベロッパー事業」、パティオを使ったイベント活動等の「パティオ広場使用」への助成等を実施しており、元町通りにおいてもこうした支援策を有効に活用してもらっている。



## 商店街の今後の戦略

長い間アーケードのある商店街として親しまれてきたが、思い切ってアーケードを撤去して新しい街づくりをスタートさせた。その結果、環境の整備が進んで街が明るくなった。住民の方も清掃活動や樹木の世話等を手伝ってくれるようになり、コミュニケーションが取れるようになったことが大きな成果であると考えている。

また、薬木の効果で“商店街に来ると癒される”というイメージが定着したほか、街歩きのためのマップも作成して、これを活用してもらっている。

今後は、元町通りの名物を作り、街をPRしていきたい。以前、地元の食材を活用したカレーパンの販売を行ったが、このような取り組みを強化したいと考えている。また、先頃商店街の中に、身障者の方が働く地元食材の食堂が開店したが、この店と連携して地域の活動を盛り上げていきたい。当店の2階はコミュニティスペースの機能があり、地域の人を対象とした寺子屋(街ゼミ)なども充実させていきたい。

今後の商店街は、イベントだけでなく地域全体の活性化に役立つ活動が必要であり、新しい人が来て商売をしたい、子供たちが住みたい、と思うような街にしていきたい。特に、新しい人が開業するためのお手伝いが重要であると考えている。

～ 仕掛け人 ～

元町通り商店街振興組合  
理事長 遠藤 至弘



## 取材を通して明らかとなったこと

少子高齢化等による地域の人口減少等により、地域全体のパフォーマンスが低下している中で、中心市街地に位置する商店街の役割が問われている。商店街の活性化は商業機能の強化に止まらず、地域コミュニティの向上とともに地域に在住する人々の生活の質の向上に寄与することが求められている。

こうした点から見た場合、当商店街では、まずアーケードを撤去して安全性と明るさを確保し、街区に薬の木を植えて癒しの空間を演出。さらに来街者の確保策として、毎週水曜日に開催される「定例まちづくり会議」が中心となって、毎月何らかのイベントを展開して地域の人々にアピールしている。また、“高齢者はまちの宝”と捉え、健康維持等のための事業を展開して社会的要請にも応え、市が進める“住みたいまちづくり”にも寄与している。一方、商業機能の強化等については、新たな創業の支援等も行っており、次世代を担う人材の育成等も視野に入れている。

こうした活動を、隣接する商店街との協働で進めており、組織間連携による知識と資源の集積や事業の運営方法等は他の商店街の参考となるものである。

ポイント

子供たちの職業体験イベントと伝統を守る“よさこい”で、集客促進と地域との一体感を強化

高知市民の台所として古くから親しまれている商店街で、青年部が中核となり、街の顔である「よさこい祭り」に因んだイベントで観光客の増加を目指すとともに、キッズニアの商店街版ともいえる小学生対象の職業体験イベント「わくわくワークるんだ商店街」で、子供たちに働く喜びを知ってもらい、子育て世代など地域の人々に商店街の存在価値を再認識してもらった。

商店街情報

所在地: 高知県高知市帯屋町2丁目1-33-4F  
地域の人口: 334,946人 153,707世帯(高知市)  
商店街の種類: 広域型商店街  
会員数: 41名  
店舗数: 50店舗 (主な業種構成: 食料品、飲食店、美容・健康、生活雑貨、ファッション等)  
TEL: 088-873-1366 FAX: 088-873-6641  
URL: <http://www.kochikc.co.jp/ohashidori/>



商店街の入り口

商店街の概要と近年の環境変化

当商店街は、よさこい祭りで有名な高知市で、「JR高知駅」から約1kmほどの中心市街地の西部エリアに位置し、近接する壱番街、帯屋町1丁目、帯屋町2丁目の3商店街とともにアーケードが架かる「帯屋町筋商店街」を形成。街区の総延長は約700mを誇る広域型商店街である。大正7年に開設された公設市場を前身とすることから食品関連の業種が充実しており、古くから「高知市民の台所」として親しまれてきた。

また、高知市の中心商店街では、平成12年に「イオン高知ショッピングセンター」が出店した影響等で、14年12月には「高知西武百貨店」が、17年11月には「ダイエーショッピングプラザ」が撤退。さらに、18年10月には当商店街の核店舗である「高知スーパーバルザ店」が撤退した。一方で国道や県道沿いには駐車場を整備したロードサイド店が立ち並び、商店街への客足の減少が大きな課題となっていた。

しかし、こうした厳しい環境下でも当商店街は積極果敢に対応し、賑わいの灯を絶やさず、若手を中心に工夫を凝らして様々なイベントを展開、地域の人々に商店街の存在をアピールしてきた。さらに、平成21年になると高知スーパーの跡地に、1階が新規出店のスーパーで上階がマンションの複合型商業施設が完成。新たな住民の入居等で歩行者通行量も増加傾向となり、組合員の業績も好転の兆しを見せつつある。



昭和24年 大橋通り公設市場



現在の大橋通り商店街

## 助成事業の概要とその成果

当商店街は、“高知県で最初にアーケードを設置した商店街”、“よさこい祭りに初回から参加した商店街”、“7月の土曜夜市は当商店街が発祥”、というように常に地域商業の先駆けとしての役割を果たしてきた。また、毎年多くの子供たちが参加する商店街版職業体験イベント「わくわくワークるんだ商店街」はその活動が評価され、平成25年度子ども若者育成・子育て支援功労者表彰において、商店街として初めて内閣総理大臣賞を受賞した。

助成事業では、「観光振興と職業体験によるにぎわい創出」をテーマに、観光客を誘引するよさこい祭りを商店街で体験できるイベントと、「わくわくワークるんだ商店街」の充実・拡大を企画して実施。街の魅力発信と売上げの増加を図り、子供たちを地域全体で育てていく実践の場とした。

### (1)「よさこいアンコール」の開催

高知名物のよさこい祭りは、毎年8月9日から12日の4日間、市内16カ所の演舞場等で、各地から集まった200チーム・約18,000人の踊り子が、鳴子の音を響かせて情熱的なパフォーマンスを繰り広げる夏の風物詩である。

当商店街では、本番のよさこいを見ることができなかった観光客などの要望に応じて、余韻冷めやらぬ8月18日～31日までの2週間、商店街のアーケード内において各日3チームによるよさこい踊りを披露するほか、よさこいの体験イベントを実施した。期間中のよさこい体験者は800名に上り、集客だけでなく遠隔地からの観光客に喜んでもらい、各店舗の販売増にもつながった。また、イベントに合わせて高知市旅館ホテル協同組合との連携により、宿泊している観光客に商店街で使える抽選券を配布。組合員店舗が取り扱っている特産の食品等を景品にして「市民の台所」をPR。抽選会には692名もの参加があった。



よさこいアンコール開催  
本番さながらのパフォーマンス

### (2)「わくわくワークるんだ商店街」の開催(11月2日)

商店街と市内の企業や団体が協力して、子供達(小学4年～6年)に様々な職種の仕事を体験してもらうイベントを開催。いわば、商店街版のキッズニアで、「るんだ」は「やるんだ」「稼ぐんだ」「働くんだ」を意味する土佐弁とのこと。予め教育委員会を通じて募集した小学生から参加者を抽選。210名の小学生が20を超える職種について、実際に指導を受けながら概ね3つの職業体験を行った。カフェやお菓子づくりなどに加え、ユニークなところでは、警察での交番勤務や犯罪捜査の体験、JALのキャビンアテンダントの接客体験、日本銀行高知支店による偽札の鑑定、新聞記者となって当日の様態を記事にするなど盛りだくさんの内容で、参加者の満足度は非常に高いものがあった。



また、仕事の体験後、一つの仕事で『200るんだ(200円相当)』の「給料明細書」を受け取り、これを「るんだ銀行」で「るんだ通貨」に交換してもらい、商店街で買い物をしてもらった。

商店街が地域の子供達の職業観の育成を図り、楽しみながら将来に向かって生きていく力を養ってもらうというもので、事業の開催前から問い合わせが多く、対象とする地域も高知市内から隣の南国市にまで拡大。子供達には街をよく知ってもらい、親達には実際に商店街で買い物をしてもらうなど、多くの面で成果が上がっている。



警察官や新聞記者のお仕事体験の様子

## 助成事業以降の商店街活動

助成事業でスタートしたよさこい祭りの体験型イベント「よさこいアンコール」は、毎年開催を重ね、地元の観光産業とも連携して定着したものとなっている。地元のホテルも、よさこい祭りの期間は部屋が取れないため、よさこいアンコールを紹介するケースもあり、JRもポスターの掲示に協力してもらっている。

また、平成28年には11回目を迎える「わくわくワークるんだ商店街」は、新たに日本郵便やJR四国等も参加してくれるようになり、職種を拡大。200名の枠を大幅に超える参加希望があり、地域に定着したイベントに成長。参加した児童には、働いてお金を貰うことの大切さや社会の仕組みなど普段の生活では学べないことを学ぶ機会となり、子供がお金を大切にするようになったとの声もいただいている。



大橋通り商店街のよさこいチームの旗と  
駅等に掲示されたポスター



家族連れで賑わう土曜夜市

商店街ではこのほか、恒例の「土曜夜市」や「南国土佐皿鉢祭り」も継続して開催しており、平成28年度には子供たちの伝統行事であった「かいつり(粥釣り)」を復活させた。

#### (1)土曜夜市:7月の毎土曜日に開催

当商店街が「日頃お世話になっているお客様と一緒に遊ぼう」をコンセプトに始めた夜市だが、現在は中心商店街全体で取り組む事業に発展。平成29年で43回目を迎え、商店街の青年部が焼きそばやかき氷などを出店するほか、金魚すくいやヨーヨー、竹馬づくりなどの企画を提供し、家族連れや友達・恋人同士などの来街者で賑わっている。

#### (2)南国土佐皿鉢(さわち)祭り:毎年3月に開催

大皿にカツオやタイなど旬の幸を盛り付ける土佐の伝統料理「皿鉢料理」、婚礼など客人を招いてもてなす酒宴には欠かせないもので、祭りでは旅館、ホテル、料亭等の協力の下、職人が腕を競った約200点の料理が展示される。2006年からは当商店街が会場となって実施しており、アーケードがあることから天候に左右されることなく、多くの来街者を集めて年々活況を呈し、華やかに開催されている。



豪快な皿鉢料理の展示

#### (3)かいつり(粥釣り)の再現:2月4日開催

「かいつり」は、旧暦1月14日の小正月に七福神のお面などで仮装した子供たちが家々を廻り、福の神として迎えられてお菓子などを貰う地域の伝統行事。戦前は高知県の各地で行われていた。商店街ではこの伝統行事を復活させるべく実行委員会を組織し、小学生以下の子供が参加できるものとしてPR。当日はお面をかぶった子供たちが続々と商店街を訪れ、多くの親子連れで賑わった。今後は「わくわくワークるんだ商店街」とともに子供向けイベントとして定着を図っていく方針である。



かいつりの様子

## 自治体等との連携の状況



高知市  
Kochi City

大橋通り商店街は、近接する3商店街とともにアーケードが架かる「帯屋町筋商店街」を形成しているが、これに「おびさんロード商店街」「はりまや橋商店街」「京町商店街」「新京橋商店街」を加えた8つが高知市の中心商店街となっている。高知市も中心市街地を中心に人口が減少しているほか、高齢化率も高くなっている。こうした社会的状況を背景に商店数、従業者数、売上高等も減少傾向にあり、活性化への取り組みが急がれていた。そこで市では、平成24年に官民共同で「中心市街地活性化計画」を策定し、「土佐の風土と文化を継承・創造・発信するまち」を基本コンセプトに、中心市街地の活性化に取り組んでいる。商店街については、中心市街地の魅力を向上させ、回遊性を高めていくことを目標に以下のような支援策を講じている。

## ①高知市空き店舗活用創業支援制度

商店街又は中心市街地の空き店舗を活用した新規創業等に対し、家賃等経費の一部について助成を行っている。

## ②共同事業助成金

商店街振興組合や協同組合等が商店街の売り上げの増大や集客促進等のために実施するイベント、販路開拓、調査、研修、情報発信等の事業に対し経費の一部を助成しており、大橋通り商店街においてもイベントの開催等に活用されている。

## ③高知市チャレンジショップ事業

商店街が空き店舗を活用してチャレンジショップを運営するもので、二つの商店街で学生が店舗運営にチャレンジした実績がある。

## 商店街の今後の戦略

当商店街の活動は、先輩方が築いてきた伝統の上に展開されているが、その一つに“新しい事をするのが好き”というものがある。高知で最初にアーケードを作ったのが当商店街で、「よさこい祭り」には初回から商店街として参加している。「土曜夜市」も当商店街が発祥で、現在は中心商店街全体に拡大している。このように、事業を始めたらいかにして継続していくかが大事で、創意工夫して一過性のものにならないように努力している。特に、「わくわくワークるんだ商店街」は、子供たちの熱心な参加と多くの企業・団体の皆さんの協力で今日まで続けられた。今後も工夫を重ねながら取り組んでいきたい。

また、平成30年の夏には、中心市街地に県・市合同の図書館がオープンする予定で、年間100万人の来館が見込まれており、こうした市街地の活性化策には商店街としても大きな期待を寄せている。

今後の商店街組織については、若い力が不可欠で、4年前の役員改選時に3名の40代前後の副理事長が就任してくれた。現在、理事長の補佐役、わくわくワークるんだ商店街の担当、会計他全般の担当として仕事を分担して担当してくれている。これからは3人の若い副理事長にしっかり後を継いでもらえるようサポートに力を入れていきたい。



～ 仕掛け人 ～

大橋通り商店街振興組合  
理事長 鍋島 勇雄

## 取材を通して明らかとなったこと

当商店街は、平成30年で100年を迎えるという長い歴史を有し、代々受け継がれてきた伝統を大切にしながらも、それに胡坐をかかなく、新たな事業に常に挑戦しており、いわば進取の気性に富んだ街である。

また、地域の企業・団体や行政等との連携も良好で、地域の多くの人々を巻き込みながら活力を向上させている。特に、商店街活動の核となるのが青年部であるが、理事たちも若者に任せきりにするのではなく、理事会等を通じて斬新なアイデアや工夫の実現化をサポートしている。加えて、青年部員は20名程度だが、商店街の内外に青年部活動を支援する外部メンバーがおり、実際の行動力や事業遂行能力は非常に高いものがある。当商店街の代表的なイベントである「わくわくワークるんだ商店街」事業も、青年部が中心となって企画・運営を行っているが、こうした周囲の支援体制の力も見逃せない。

その上、商店街の活動に地域の観光機関や協同組合、小学校、警察、自衛隊、様々な企業等による協力のネットワークが構築されており、商店街の活動そのものが地域のパフォーマンスを高めることにつながっていることも他の商店街活動の大きな参考となる部分である。



ポイント

住民参加型の創作レシピコンテストやご当地バーガーの開発など市民が誇れるグルメづくりで街を活性化

関門海峡に面する北九州市門司区の商店街。再開発等で増加する新住民を取り込むために、商店街側の発想によるイベントから市民目線での企画に方向転換。地元産品を材料にしたご当地バーガーの開発や“食”をテーマにしたイベントの開催など、地域の住民を巻き込んだ若手組織が中心となって、自らの力で実現可能なテーマを見出し、次世代を見据えた新たな街づくりに挑戦している。

商店街情報

所在地：福岡県北九州市門司区大里戸ノ上1-2-25  
地域の人口：101,471人  
50,540世帯(北九州市門司区)  
商店街の類型：近隣型商店街  
組合員数：127名  
店舗数：101店舗(食料品小売業、生活・日用品小売業、飲食業、サービス業など)  
TEL・FAX：093-381-4127  
URL：<http://dairi.webcrow.jp/>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

関門海峡に面し、古くから本州と九州を結ぶ海上交通の要衝として栄え、海と山々に囲まれた北九州市門司区の「大里地区」。1183年、安徳天皇を伴った平家の一行が「柳の御所」を設けたことから「内裏(だいり)」と呼ばれるようになった由緒ある地域で、江戸時代には参勤交代の大名や旅人で賑わう宿場町となり、明治時代には近代化の波とともに沿岸部を中心に工業地帯へと変貌を遂げてきた。

当地区では、60年ほど前に住居複合型市場が設置されて以降、2軒のスーパーの進出を機に生活関連の多様な店舗が集積して商店街を形成。現在の組合は、JR門司駅の南口に基盤の目状に形成された六つの商店街で構成されており、駅周辺で営業する飲食店、食料品店、衣料品店やサービス業を中心とする近隣型商店街である。歴史ある地域柄“昭和の香り”を色濃く残す街区に、海と山の幸に恵まれるという地の利を生かして生鮮三品の店舗も頑張っており、地域住民の日々の生活を支える重要な機能を担っている。

しかし、門司区も少子・高齢化が急速に進み、来街者の中心をなす古い馴染み客は徒歩から車やタクシー利用へと変化、来街頻度が減少傾向にある。また、商店街も後継者の不在等による廃業で空き地や駐車場が目立ち始め、商業機能の低下が危ぶまれている。

一方、門司駅の北口周辺は、ウォーターフロントの再開発に伴ってビール工場等の歴史遺産を活用した“門司赤煉瓦プレイス”などの交流・観光施設が設置され、風光明媚な街づくりが進むとともに、7年程前からタワーマンション等の開発が進み、子育て世代を中心に約900世帯が移り住んでいる。しかし、周辺には商店街がなく新住民の多くは車を利用して郊外のSC等に出向いており、当組合ではこれらの新たな客層をいかにして取り込んでいくかが喫緊の課題となっている。



門司 赤煉瓦プレイス

## 助成事業の概要とその成果

来街者が高齢化しつつある中で、今後商店街が生き残るためには、増加している若い世代の住民に商店街の魅力を伝え、身近な店舗の良さを認識してもらう必要があった。組合では、従前から屋台の出店型イベント「大里のばか力」を開催してきたが、集客効果がイベント日に限定されるなど一過性であることを反省。商店街の構成員に飲食店や食料品の販売関係が多く、創作グルメの下地があったことと、地域住民を巻き込みやすいことから“食”をテーマに、コンテスト方式の住民参加型イベントを企画。子育て世代にとって魅力があり、継続的に足を運んでもらえる取組みを目指した。

また、他の商店街同様店主の高齢化が進み、事業活動も硬直化の傾向にあったが、副理事長をリーダーとする青年部が中心となり、街づくりに意欲的な地域住民も加わって「実行委員会」を組織。定期的に千円の会費で会合を重ねることから「SEN縁会」と名付けられ、新たな商店街活動の企画から運営等を担い、助成事業の実施に関しても中核的な役割を果たした。

### 【26年度事業：みんなでつくる「大里の底ぢから」創作グルメコンテスト】

大里地区は近隣の高校の通学路でもあり、朝晩通過する若者のアイデアや行動力を街に取り込めないか、との発想から、学校や自治会などの協力を得て住民参加による創作グルメコンテストを実施。メニューとして、女性に興味を持ってもらえるよう『体を温める冬のあったか料理』と『オリジナルスイーツ』の2部門を設けた。地元FM局やWebサイトを通じて料理のレシピを公募したところ、小学生から主婦まで幅広い層からの応募があり、9点を選定して協力店舗で一般に提供。市民から投票してもらい優勝者を決める方式で実施した。

投票期間中には300名を超える新規来店客が訪れ、商店街に関心を持ってもらえたほか、コンテスト当日は商店街内の空き店舗を利用して「グルメ広場」を開催。ステージイベントや会員店舗が出店を設けて雰囲気盛り上げ、250名を超える人々が集まった。

第1回：「冬のあったか料理」110食を提供・優勝「キムチチゲうどん」

第2回：「オリジナルスイーツ」220食を提供・優勝「ふんわりイチゴムース」

商店街では、優勝したそれぞれのメニューについて、飲食店やイベントなどで販売を計画し、新たなご当地グルメとしていくことを狙っている。

イベント風景



大里バーガーの販売

## 助成事業以降の商店街活動

助成事業の実施を契機に、創作グルメを提供した協力店舗には子育て層を中心に来店客が増加する等の具体的な効果があり、これら世代層の買い物ニーズへの対応が必要であることが認識された。そこで商店街では、イベントの中核を担った「SEN縁会」が中心となり、新たな客層の固定客化を狙って下記のイベントを企画・運営している。

### (1)大里ビアストリート

かつて門司駅の北口エリアにビール工場があったことに因んで「大里ビアストリート」を開催。2016年で第6回目を迎え、毎年趣向を凝らすことから地域の人々も楽しみにしているイベントに成長。8月後半の土曜日、商店街の街区に出店を設けるビアガーデン方式で、市場や商店街が取り扱う新鮮な食材を提供し、1,000人を超える来街者で賑わった。

また、イベントでは「SEN縁会」開発のご当地グルメ『大里バーガー』も販売され、瞬く間に完売した。『大里バーガー』は、商店街の店舗が取り扱う肉や野菜を使い、現在はイベント中心の販売だが、今後はご当地グルメの代表として日常的に販売されることが期待されている。



大里ビアストリート

## (2)門司区のイベント等の活用と大里ハロウィン他

新たな商圈として期待される北口エリアの「門司赤煉瓦プレイス」において、門司区が開催した「大里こだわり食市」で大里バーガーを販売、新住民に対して商店街の魅力をPRした。

また、平成28年に初めて「大里ハロウィン」を開催、地元のコスプレ団体と連携してスタンプラリーを実施した。参加者は仮装して組合員店舗を回り、スタンプを集めてお菓子をもらうというもので、当日は、口コミで多数の仮装した親子連れが参加。大里地区ではもともとコスプレイベントが開催されており、様々なコスプレーヤーが各店舗でスタンプ係となって参加者の台紙にスタンプを押した。

さらに「歳末感謝祭」も継続して実施している。“牡蠣の詰め放題”などの目玉企画を盛り込んで地元の名物イベントとなっており、新住民の集客につなげている。



大里ハロウィン

## 自治体等との連携の状況



北九州市  
City of Kitakyushu

北九州市では、平成15年に策定した「都市計画マスタープラン」において“街なかを重視した街づくり”を提唱。従来の郊外開発による市街地の拡大策から街なかの再生を目指した施策を打ち出している。特に大里地区は、“都心に近く、自然に恵まれた良質な住環境に多くの居住者を受け入れる街”として、若い世代が魅力を感じ、子育てしやすい街づくりを進めていくこととしている。また、商店街については、門司駅を中心とする拠点機能の充実化のため、駅南側の既存商店街の活性化推進と、新たな商業・アミューズメント施設の誘致を進める駅北側との連携を深めていくことの必要性を挙げている。

さらに、北九州市では、商店街を盛り上げて市民生活の向上を図るために「北九州市商店街の活性化に関する条例」を平成25年に制定。「商店街賑わいづくりスタート支援事業」、「商店街活性化計画づくり支援事業」等の支援策を講じて商店街活動をバックアップしている。

## 商店街の今後の戦略

助成事業を活用したイベント等で多くの若い世代が街を訪れたことから、“来街者の若返り”が可能であることを目の当たりにし、商店街事業の主な訴求対象が若者であることを再確認。今後は、若者目線での事業を展開し、子育て世代にとって魅力ある街づくりを進め、“住みたい”と思ってもらえるようにしていきたい。

そこで、商店街活動に一石を投じる意味から、一つは、古くからの馴染み客を中心とする生業的な経営を脱し、子育て世代の多様なニーズに対応できる店づくりを推進していきたい。これには街づくりの方向性等についてコンセンサスを得ながら、併せて会員の意識改革を進める必要があると考える。イベントで来街を促しても、リピーターとなってもらうには個々の店舗の魅力づくりが不可欠で、このためには会員の主体的な自助努力が必要である。二つ目は、大里地区の組織強化に向けて、商店街組織を解散した駅前エリアで孤立している店舗の組合員化を図り、ソフト・ハード両面からの街づくりを進めていきたい。

～ 仕掛け人 ～

協同組合大里商店連合会  
古賀副理事長(中央)と  
青年部のメンバー



## 取材を通して明らかとなったこと

商店街活動の活性化には、若い力をどう取り込んでいくかがポイントとなるが、当組合では青年部と地域の関係者から構成される「SEN縁会」の活動が注目される。同会は戦略的な実行組織としての役割を担い、地域密着の新たな発想をもってご当地グルメを住民とともに創り上げるなど、若い世代と商店街のパイプ役としての機能を果たし、子育て世代のファン化に大きく寄与している。

また、当組合では、新住民が“住みたい”と思う街づくりを目指しており、これは北九州市が提唱する街づくり基本計画と同一のベクトル上にある。住環境の良さには地理的なロケーションに加え、日々の生活を充実させるための買物等の機能、住民の一体感を醸成する地域コミュニティづくり等が不可欠である。このため、住民参加型のイベント活動で人々が誇れる名物作りを進め、大里地区に暮らすことの価値を積極的に創造しようとしている。ご当地グルメづくり等の事業から新たな名物が生まれ、次世代に受け継がれる街の仕組みも形成されつつあり、今後の展開が大いに期待される。

## 全国商店街振興組合連合会

本部 / 〒104-0033 東京都中央区新川2-22-6  
SJIビル3F  
電話 03-3553-9300  
FAX 03-3553-9303

商店街基金対策室 / 〒104-0033 東京都中央区新川1-25-9  
明産新川シティビル3F  
電話 03-5542-0281  
FAX 03-5542-0282  
URL <http://www.syoutengai.or.jp>