



全国商店街振興組合連合会

〒104-0033 東京都中央区新川2-22-6 SJビル3F

電話 03-3553-9300(代) FAX 03-3553-9303

URL <http://www.syoutengai.or.jp/>



はじめに

商店街は地域コミュニティの担い手として期待されています。それは、地域の重要な社会的課題である少子高齢化対策、安全安心の確保、エコ活動の促進、創業の応援、地域資源の有効活用、IT化などに対し、商店街が積極的に向かい合っていくことでもあります。

そしてこれを通じ、商店街の役割や特長が再認識され、地域住民にとって商店街がより身近な存在になっていければ、それは大変すばらしいことです。

このような認識のもと、全国商店街振興組合連合会では「商店街実践活動事業」を平成22年度よりスタートさせました。これは地域社会への貢献や社会的課題への対応、地域コミュニティとの連携等を商店街が推進していくための取り組みを支援し、商店街の活性化、消費の促進を図っていくための国庫補助事業です。

本事業には300を超える応募があり、審査委員会をふまえて選出された190件余の商店街実践活動事業が全国で意欲的に繰り広げられました。

本事例集はこの取り組みの中から、これからの参考となり得る事例、好評であった事例等、20件の取り組みを情報提供することにより、商店街実践活動事業の更なる推進と商店街活性化に資することを目的に作成しました。

事業アイデアはもちろん、住民目線の重視、知恵の結集、試行錯誤と学習など、事業推進上の創意工夫も参考にいただければ幸いです。

そして、多くの商店街が地域の社会的課題解決に向けて前進していくためのきっかけになることを切に願っております。

平成23年3月
全国商店街振興組合連合会

目次

みんなの商店街

北海道札幌市	発寒北商店街振興組合	1
	40年後 札幌一住みやすいまち「ハツキタ」	
山形県山形市	七日町商店街振興組合	3
	地域連携による賑わい創出事業	
茨城県水戸市	本町一丁目二丁目商店街振興組合	5
	小学生と連携して商店街活性化！コミュニティ・スクールプロジェクト	
群馬県沼田市	沼田市中の会商店街振興組合	7
	高齢者にやさしい商店街づくり事業	
東京都中央区	築地場外市場商店街振興組合	9
	来街者に伝える“築地場外市場の安心・安全なまちづくり”	
神奈川県川崎市	モトスミ・オズ通り商店街振興組合	11
	デジタルサイネージの機能強化と市民記者による子育て情報・地域情報の継続的収集活動事業	
長野県佐久市	岩村田本町商店街振興組合	13
	商店街で育てる人間力	
静岡県沼津市	沼津あげつち商店街振興組合	15
	きつねの嫁入り行列	
愛知県豊川市	豊川市門前通商店街振興組合	17
	「蘇れ!金木屋」	
岐阜県高山市	高山市商店街振興組合連合会	19
	商店街サンセット・ウォーキング	
石川県金沢市	石引商店街振興組合	21
	詩と絵と花のあるエコなまちづくりで親子交流	
京都府京都市	大映通り商店街振興組合	23
	子どもの視点による商店街の魅力再発見メディア制作&上映会	
奈良県奈良市	商店街振興組合三条通ショッピングモール	25
	安心して安全なストリートを目指して「シカの白ちゃんプロジェクト」	
大阪府大阪市	三津屋商店街振興組合	27
	商店街発 地域育成型わがまちスポーツがまちなぎわいづくり「ワッショイ!ヤカーリング!」	
兵庫県尼崎市	尼崎中央四丁目商店街振興組合	29
	無線LANとITの活用による地域及び商店街活性化事業	
鳥取県鳥取市	若桜街道商店街振興組合	31
	生産者と消費者をむすぶ若桜往來の収穫祭「ごちそうマルシェ」	
山口県防府市	天神町銀座商店街振興組合	33
	「次世代ビジネスパーソンの育成事業」	
高知県四万十市	天神橋商店街振興組合	35
	カーニバルてんじんばし	
福岡県北九州市	天神商店街振興組合	37
	地域に貢献する「新たな天神商店街」のサービス構築事業	
熊本県熊本市	健軍商店街振興組合	39
	健軍・農村地域間交流フェスティバル&健康フェア	

40年後 札幌一住みやすいまち「ハツキタ」

～地域コミュニティ連携事業～「ハツキタ エコイベント」

少子高齢化、低炭素社会
構築・環境・リサイクル、
地域資源・農工商連携

北海道札幌市

発寒北商店街 振興組合

子どもたちが社会の中心を担う世代となったとき、助けて課題を解決できるまちを受け継ぐ。「工夫すればできる」を自覚させ、根付かせるのが商店街の役割だ



「ハツキタの日」に開催されたエコイベント。地域との協働と交流、エコ意識向上、地域課題の解決などが、将来のまちを見据えた布石となる

● 社会的課題

発寒北商店街振興組合の前身は、工業団地で栄えた地域の商工業者によって発足した商工振興組合である。このため今も多様な組合員で構成され、食品製造小売など農工商連携の要素や社会貢献意識の高い企業などが参加する組織である。しかしながら商店街として見ると、かつて100店舗程度あった小売店は19店舗にまで激減し、生鮮三品の店は皆無となった。居住人口の減少と高齢化の進展するこの地域では、近く買物難民が発生する恐れすらあり、生活者の意識やニーズをくみ上げ、反映させる仕組みづくりが急務であった。

● 経緯

来街者数の大幅な減少も危機的状況ではあるが、地域コミュニティそのものの崩壊を懸念した商店街では、地域と協働するための「ハツキタ倶楽部」を結成し、住民や企業・団体、小・中学校（生徒・教師・PTA）等と連携し

ながら、「地域コミュニティの担い手」を強く意識した地域貢献活動に取り組んできている。

商店街（ぎんなん通り）の花壇整備や清掃活動、トイレ清掃、こどもの見守り110番など「安心・安全なまちづくり」、小学生のスノーキャンドル作り、中学生の職業体験、大学との連携によるSWOT分析と散策路の原案づくりなど「住みやすいまちづくり」、そして生活者とのコミュニケーションするために、エコを柱とする活動を展開し始めた。

まずは「eco宣言」をし、家庭からの廃食油回収をスタートさせた。印刷端紙を活用した啓蒙活動メモ用紙を小・中学校経由で配布してPRし、平成21年度は約1,000リットルの回収実績を挙げた。さらに北海道で初めて「アトム通貨」を導入し、廃食油回収や清掃活動、ボランティア等の協力、エコバッグやマイ箸持参、環境に優しい商品購入などの参加者に対して地域通貨（1馬力=1円）を進呈している。

ここまで様々なことに取り組んできたが、地域通貨の導入を機に、エコ活動の輪を広げて地域貢献活動の進展に一層の弾みをつけたい。そこで「エコイベント」の企画が立ち上がる。830（はっさむ）にちなんで平成22年8月28日（土）、ぎんなん通りに面して鎮座する発寒神社境内を会場としたエコイベント「はっさむハツキタの日」が開催された。

● 事業概要

会場に設けられた「地産地消コーナー」では、メンバーの人脈により厚田・寿都から魚介類の販売、連携協定



スノーキャンドルづくりを通じて子どもたちとのコミュニケーションを図るハツキタ倶楽部

を締結している野幌商店街のある江別からおトク新鮮野菜の販売、地元ハツキタブランドからは、「ぎんなんパン」や「ハツキタ揚げボール」、地域通貨にちなんで「馬力ラーメン」など、組合員の開発商品が出店した。

出店者を65歳以上の住民に限定したフリーマーケットは、事前のクチコミが功を奏して8店舗の出店があった。子どもたちは冬季のスノーキャンドルで活用する「廃食油エコローソクづくり」に励み、西区役所と連携した電気自動車体験試乗会やCO2削減に向けたカーシェアリングのPRなど、エコ・リサイクルのイベントが組み込まれた。

このほか、地域通貨をもらえる「お掃除クイズラリー」、体験学習の場としての「エコキャップ選別作業」、住民ボランティアによる「刃物研ぎ」などを開催した。

● 事業の成果

新聞折り込みやポスター掲示など事前広報を充実させたことで、1年前にアトム通貨のデビューイベントを兼ねて開催した「ハツキタの日」をはるかに上回る1,000人が集まり、エコ意識の向上や地域通貨のアピールに大いに役立った。また、従来同様、地域との連携・協力体制をふんだんに発揮させ、社会的課題への対応と地域内循環を意識した内容を盛り込むことで、地域貢献ときずなの強化が一層図られる結果となった。

大人気だった「地産地消コーナー」は、今後の対応が求められる買物弱者対策の実証という側面も持たせていたが、生鮮マーケット的な「コミュニケーションできる売場」の必要性を改めて実感できた。これを機に、商店街の空

き店舗を活用した生鮮食品販売イベントの定期的な開催などを研究していくこととなる。

今回のイベントは神社境内の会場での集客に留まり、商店街の歩行・回遊促進までは仕掛けられなかったが、地域における存在感を改めて示したことで、イベントの集客効果を商店街に持ってくる、散策路マップや地域通貨を活かして個店めぐりを促進するなど、まち全体を使った取り組みの検討が始まっている。

● 今後の課題

商店街が掲げる「40年後 札幌一住みやすいまち ハツキタ」は、現在10歳の子どもたちが世の中に出て、社会の中心となって活動する50歳になったとき、清潔で安全・安心なまちと意識を受け継ぎ、地域の課題を自分たちで解決するために助け合えるまちを目指した方針だ。工夫すれば何でもできることを自覚し、根付かせたい。エコを



40年後の「ぎんなん通り」の姿を展望する子どもたちは、大人たちの想いを受け継いでいく

子どものうちから教え込んでいるのもそのためである。本来、商店街は地域住民に物を言う存在だったはずであり、「お節介」するのは地域の担い手としての役割のひとつだと考えている。

◎ 所在地：札幌市西区に位置し、JR発寒中央駅の北側へと伸びる稲山通（通称：ぎんなん通り）沿いに2km近く広がる
◎ 店舗数：75店舗
◎ 振興組合員数：75人
◎ 関連URL：<http://www.hatukita.com/>

地域連携による賑わい創出事業

山形県山形市

七日町商店街 振興組合

地域で活動する様々な団体と連携し、高齢者から親子連れも楽しめる福祉やエコ関連のイベントを開催して賑わい創出と売上向上を実現



「子育てランドあ〜べ」内の親子サロンのようす

● 社会的課題

当商店街にはデパートやテナントビルがあり、若者や学生の来街者が多い。しかし郊外での大型店舗の開発や誘致、人口減少などにより、来街者自体は減少している。そこで、商店街活性化事業の認定を受け、「連携と市民参加」を基本としながら、エコや福祉活動に注力した様々な事業に取り組んでいる。

そういった中、地域住民における高齢者の占める割合も3割強となり、少子高齢化への対応にも関心が高まっていた。

● 経緯

商店街を活性化させる上でも、様々なイベントは実施してきた。しかし地域の高齢者や小さな子供のいる親子の参加は少なかったため、かねてより、このような人たちにも商店街のイベントに参加してほしいという願いを持っていた。そこで、当商店街にて託児サービスの提供および親子サロンを運営するNPO法人「子育てランドあ〜べ」

や、商店街活性化事業計画の作成時より交流が深まった山形県立保健医療大学と協議し、当商店街の年末恒例イベントとして行われる「ナイトバザール」の開催に合わせて当事業を実施することとなった。

● 事業概要

平成22年12月11日に開催された商店街の年末イベント「ナイトバザール」に、地域で活動する様々な団体と連携しながら、幅広い層の地域住民を呼び込むための様々な催しを実施した。

まず、NPO法人「子育てランドあ〜べ」との連携により「ナイトイベント託児」を実施した。これは、ナイトバザールの開催日に合わせ、通常17時までの託児時間を20時まで延長し、さらに当日の当商店街での買物額に合わせて託児料金の割引も行うサービスである。これにより、小さな子供のいる家族でも気軽に参加できるよう配慮した。

また、山形県立保健医療大学の作業療法士と、理学療法士、同大学の学生の協力のもと、「街にくることで健康に」をテーマとした「街なか健康づくり講座」を開催した。健康管理の知識や家庭でできる健康体操などを紹介し、参加者が自らの健康状態を少しでも実感できるよう、骨密度や握力を測定できるコーナーも設置した。

これらのほかにも、地域のシルバー人材センターと連携し、修理したリサイクル自転車や家具を販売する、平成20年度より実施しているバイオディーゼル燃料精製事業の廃油回収場所を商店街内に増設する、隣接する商店街等と共に12万個の電球で1.5kmの通りを飾るイルミ



商店街の広場を彩るLEDのイルミネーション

ネーションをすべてLED電球に交換する、などのエコ活動も積極的に取り入れ、地域住民へアピールした。

● 事業の成果

「ナイトイベント託児」は前日までの登録制であったが、33件の託児を受け付けた。これは想像以上に反響が大きく、利用者から今後の定期開催の要望が寄せられた。そこで、人材確保等の課題により、常時実施することは難しいものの、商店街のイベント開催に合わせた定期開催が決定した。また、これを機に、当商店街でベビーカーを押しながら歩く親子の姿が以前よりも多く見られるようになった。商店街の中で短時間、子供を預けられることで、ゆっくりと買物や食事、美容院等の利用などが楽しめ、それが当商店街の利用促進にも繋がっている。

「街なか健康づくり講座」では高齢者を中心に、定員の50名を上回る約70名の参加者が集まり、体を動かしながら楽しく健康に関する知識等を深められた。また、骨密度や握力の測定には長蛇の列ができ、並んでいる間に



「街なか健康づくり講座」で健康体操を教える作業療法士(左)と理学療法士(右)

も参加者が作業療法士や理学療法士、学生ボランティアに個別の健康相談等が行えたことも好評だった。参加者からは、次回の開催を要望する声が多く寄せられた。また、協力した作業療法士や理学療法士、学生ボランティアも今後の定期開催に前向きで、まずは年に2回の定期開催から始め、反響を見ながら、今後、回数を増やしていくことになった。

少子高齢化、
環境・リサイクル、
生産性向上

リサイクル商品の販売も大変好評で、特に自転車は30台が即座に完売した。これを受け、その需要が高まる春頃にも実施することが決定した。廃油回収も、街頭での回収を実施したことにより、地域住民の廃油回収に対する意識を高めることができた。現在では駐車場に設けられている精製所での精製が追いつかない程までに、多くの廃油が地域住民から届けられている。

今回のナイトバザールには、前年よりも2割程度多い



地域住民等から回収し、精製を待つ廃油

17,000~20,000人の来街者があり街が大いに賑わった。そして、イベントに合わせてワゴンセール等の取組みを行った店舗では売上が増加し、イベントの開催が店舗の直接的な利益にも繋がった。

● 今後の課題

今回の成功をふまえ、今後も、地域の団体と連携して、エコと福祉活動に着目した様々な取り組みに挑戦し、試行錯誤を繰り返しながら定着化・事業化していくことが大切である。当面は、イベントの継続開催にあたって課題となる事業資金の調達や費用負担の方法を、様々な関係者との連携によって受益者負担をできるだけ軽減できる仕組みを考案しなければならない。しかし地域と連携した賑わいづくりのきっかけを得ることができたので、それを自信に、課題解決に取り組むことができるであろう。

◎ 所在地: 山形駅から1.2km、山形市役所の前を
通る羽州街道(国道112号線)沿いの
七日町交差点から約300mの区間

◎ 店舗数: 268店舗

◎ 振興組合員数: 82人

◎ 関連URL: <http://www.nanokamachi.com/>

小学生と連携して商店街活性化！

コミュニティ・スクールプロジェクト

茨城県水戸市

本町一丁目二丁目 商店街振興組合

“子供の心のふるさととなる商店街”、それを夢見ながら地元小学校と商店街が協力しあい、手作りイベントを継続実施。商店街の賑わいを創り出すと同時に子供の実践力養成を地域がサポートする。



ハロウィン祭り：仮装した親子

● 社会的課題

水戸市本町一帯は、水戸藩時代から商人のまちとして栄えてきた。その東西に延びる513mの区間が当商店街で、“ハミングロード513”として親しまれている。水戸駅からは、約400年前に開削された備前堀を超え、東に約2kmのところにある。しかしこのような歴史や文化に彩られた情緒豊かな地域であるものの、近隣への大型スーパーの出店、周辺住民の高齢化と人口減少などにより、当商店街への来街者の減少が深刻になっていた。

よって、賑わいのあるまちづくり、安心・安全なまちづくり、環境に優しいまちづくりを課題と位置づけ、魅力ある商店街への転換を図るための様々な取り組みを実施してきた。

● 経緯

賑わいづくりの1つとして、平成18年の夏に、黄色いハンカチに子供や住民が願いを書いて商店街に飾るイ

ントを実施した。これが商店街と子供との接点を得るきっかけになった。また平成19年に、当商店街近くの浜田小学校が文部科学省のコミュニティ・スクール推進事業の指定校となり、「地域とつくる浜田小コミュニティ・スクール」が掲げられた。

まさに子供たちを通して地域と商店街が強く結ばれる好機であった。平成19年に当商店街が浜田小学校へ接触し、校長やPTA、父兄らと意見交換をした上で、浜田小学校・同幼稚園と共同でイベントを実施する運びとなった。子供たちの家族や祖父母を含めたより多くの人たちが商店街に足を運び、当商店街に愛着を持ってもらうことを目的とした。学校の願いは地域社会での活動を通じて子供たちの実践力を養うことであり、商店街がそれをサポートするという良好な関係構築の始まりでもあった。

以降、このような関係を継続・発展させるため、共同イベントを毎年恒例化した。

● 事業概要

まず平成22年10月初め～11月にかけて、子供たちが地域の風景を絵や写真にし、商店街の店舗に飾るウィンドギャラリーを実施した。絵の描写や写真撮影は、学校側が子供たちに夏休みの宿題として与えたもので、100名の子供たちが作品づくりに参加した。商店街の42店に飾られ、その後、隣接の大型店に全ての作品がまとめて展示された。

次は平成22年10月29日にハロウィン祭りを実施した。子供たちがハロウィンの仮装をして商店街の各店舗を回り、スタンプラリーをすると同時に、街角や各店舗で簡単



希望の光：子供たちが飾り付けたイルミネーションは商店街としての夢を映し出す光でもある

な英会話をするものである。元々は浜田小学校の子供たちと父兄だけのイベントであった。今は商店街が参加しているため、子供たちがより多くの人と関わりあえている。

平成22年11月末には、当商店街のメインストリート“ハミングロード513”を車両通行止めにし、子供たちが走るマラソン大会を実施した。学年別に走る距離が異なるが、大会の1ヶ月前から子供たちは学校でそれぞれ体力づくりに励み、臨んでくれた。



マラソン大会

平成22年度の年末年始は、子供たちがペットボトルに自由に絵や言葉を書き、それをカバーにしたイルミネーションを商店街の街路灯に飾り付ける“希望の光”を実施した。

これらの準備や運営は、商店街、学校、生徒、PTAの4者が協力し合って行われた。月に1回は商店街と学校が話し合い、さらに飾りつけの準備、イベント当日の交通整理などをボランティアの父兄や生徒が手伝ってくれたため、手作り感を出すことができた。

● 事業の成果

このようなイベントは毎年恒例化しており、その積み

重ねによってPR効果や“輪”が少しずつ広がっている。イベント開催時には多くの親子、高齢者、他の小学校や商店街などが見物や視察に来てくれる。特に青森の小学校では同じ取り組みが始まっており、地域を越えて理解されている。また、地元の他の小学校も一部イベントに参加し始めたこと、手伝いをしてくれるボランティアの父兄が増加したこと、ウィンドギャラリーの作品を近隣大型店でも展示するといった協力の申し出があったことなどがイベントの進化を促してくれている。

そして何よりも、子供たちが商店街と共に様々な活動に取り組むという実践力が養われている。それは当商店街が子供たちの思い出として刻み込まれていくことにもつながる。

今年も浜田小学校の校長から商店街各店に丁寧なお礼状が届いた。これは心の通い合った地域連携の証しでもあり、商店街としての自信や店主の前向きさにつながっている。

● 今後の課題

小学校の校長や先生は数年おきに異動で変わっていく。よってどうやってここまで築いた商店街と学校の関係を維持し、子供と商店街の関わりを切らさずに取り組んでいくかが課題である。そのためには、商店街側もヒトの入れ替え、新しいアイデア出しなど、常に動きのある活動をしなければならない。新しい視点から商店街と学校のお互いが知恵を出し合う、それが両者の関係性を発展させるための方法である。

また、このような活動を継続していくことが将来の利益や売上増につながる。それは子供たちが大人になった時かもしれない。しかし大事なことは、子供たちの心のふるさととなる商店街づくり、魅力ある商店街づくりに向けて前進し続けることなのであろう。

- ◎所在地：JR水戸駅から東に約2km
- ◎店舗数：48店舗
- ◎振興組合員数：47人
- ◎関連URL：<http://hwsa3.gyao.ne.jp/humming-road/>

高齢者にやさしい商店街づくり事業

少子高齢化、
環境リサイクル

群馬県沼田市

沼田市中の会
商店街振興組合

出張商店街や買い物代行など直接出向いて高齢者を応援する取り組み。それは合言葉でもある“人に優しい商店街”の実践である



老人施設へ出張商店街にて、商品を選び楽しさを味わう高齢者たち

● 社会的課題

平成20年度に沼田市中心市街地活性化プランが策定され、その中で40%に迫る出張商店街周辺の高い高齢化率が大きな問題となっていた。人口減少も著しく、独居老人も非常に多い。また、隣接商店街の商業ビルに入っていたキーテナントが相次いで撤退し、商業核としての機能を果たせなくなっている。

このような状況により、多くの高齢者が買い物に不便を感じるようになってしまった。平成11年より始まった中心市街地活性化のための区画整理事業も大幅に遅れ、不透明感が増していたため、目の前にあるこれら諸問題に対して何らかの対策を講じる必要があった。

● 経緯

これまで、お客を呼び込むための様々な対策は講じて

きた。しかし出張商店街周辺の状況をふまれば、埼玉県秩父市のみやのかわ商店街が行っている出張商店街や買い物代行は大いに参考になった。つまり、お客のいるところへ行くとこの考え方を持つことである。それは高齢者の買い物の不便さを解消させるだけでなく、独居老人の安全確認、高齢者とのコミュニケーションの活性化などにつながる。そして出張商店街の合言葉である「となりの仲間は、私の仲間」といった“人と環境に優しい商店街”ともうまく適合する。

そこで出張商店街としての早急な利益の追求ではなく、高齢者を応援する、つまり出張商店街や買い物代行などを軸とした“高齢者に優しい商店街づくり”に取り組むこととなった。

● 事業概要

出張商店街は、商店街会員4～5名のチームが老人ホームや介護施設等で販売会を開催するもので、平成22年7月より開始した。出張商店街が扱う商品以外も含めて事前に希望する商品を受け付け、それを取り揃えながら毎月第2、第4の月、火、水曜日に開催している。

買い物代行は、出張商店街隣接高齢者世帯2500軒を対象に、生活必需品等の注文を電話で受け付け、宅配するもので、平成22年9月から実施した。出張商店街と同様、新鮮食料品など出張商店街内で扱っていない商品も対象としている。また宅訪問時には、注文主が独居老人である場合の安全確認、資源ゴミの回収なども行っている。

これらの事業は総称して「おなかま屋」と名づけ、そ



店主（左）と高齢者たちとの会話は必ずむ
老人施設での出張商店街

のキーステーション「なかま広場」を出張商店街内の空き店舗に構えた。ここでは「おなかま屋」に関わる各種業務を行うほか、自由休憩施設として開放し、市民講演会も開催している。高齢者の集まる場がないとの要望を受け、コミュニティの場としても活用されている。



「なかま広場」での市民講座

● 事業の成果

最も大きな成果は、やはり高齢者が自分でもものを選ぶという買い物の原点を楽しめていることである。そのような喜びの言葉が高齢者より多数寄せられている。

また、出張商店街が高齢者を応援しているという見方が周囲に浸透してきており、手ごたえになり得ている。例えば、出張商店街とは離れた隣の山間にある老人施設から出張商店街の依頼があり、平成22年の12月から開始したこと、隣接の下之町商店街でも高齢者生活支援サービスを開始したこと、沼田商工会議所が平成23年度の支援を検討していることなどである。

商売上の成果としては、出張販売で訪れている施設との関係性が構築でき、施設自体の購入品に関する商売の可能性が少し見えてきたことが挙げられる。また高齢者の商品に関する多数の希望やニーズを直接聞いているので、今後の商売に多に役立つであろう。

更には、介護施設の介護士が高齢者を買い物に連れていったり、自宅療養者宅のヘルパーが買い物に行く手間が省けるといった介護関係者からの感謝の言葉も寄せられている。

● 今後の課題

せっかく始めたこの活動をいかに継続させるかが課題である。特に買い物代行では人件費等の費用がかかっており、資金的、コスト的な問題を解決しなければならない。出張側としては、配達員のボランティアを募りながら、高齢者支援の輪、コミュニティの輪を広げていき、なかまを増やしていくことに注力しなければならない。

また、出張販売や買い物代行の対象エリアを過疎地も含めて拡大し、地域と出張商店街の接点をさらに広めていくことも検討しなければならない。

そしてこれらを定着化させ、出張商店街の新たな存在意義を確立する必要がある。

- ◎所在地：JR沼田駅から東へ約1500mの
国道120号線沿い
- ◎店舗数：28店舗
- ◎振興組合員数：27人
- ◎関連URL：未登録

来街者に伝える“築地場外市場の安心・安全なまちづくり”

東京都中央区

築地場外市場 商店街振興組合

来街者のための独自の防災対策マニュアルを商店街で策定し、来街者が安心して楽しめる安全な街づくりに取り組んだ

●社会的課題

当商店街は従来、卸売業者や仲買業者等プロのための商店街であったため、来街者は体力のある男性が中心であった。しかし、ここ10年の間で観光地としての人気が高まったと共に、大型バスで来る団体観光客や、高齢者、乳幼児、妊婦、車椅子の方、外国人等の来街者も急増した。現在は、平均して1日あたり1万人が訪れる。これはありがたいことではある一方、狭い路地に古い建物が密集して立ち並んでいるため、震災等の災害が発生した時の、来街者への安全対策の不十分さを懸念する声が出始めた。地域の防災システム（一時避難場所や、災害時の対応マニュアル等）は存在していたが、地域住民を対象としたものであり、来街者に対応できるものではなかった。

●経緯

顧客あってこそ成り立つ商店街においては、急増する来街者のための防災対策を商店街が独自で講じる必要があるとの認識が一部組合員の間で広まった。そして、平成22年度に発足した当商店街の組合員で構成する防災対策研究会を設置したことを機に、独自マニュアルに基づいた“築地場外市場の安心・安全なまちづくり”を目指すこととなった。そして、来街者が安心して楽しみ、当商店街のファンになることを目標に、本事業へ取り組むこととなった。

●事業概要

まずは防災対策の専門家を招き、防災対策研究会や関連団体との4回に及ぶワークショップ型の勉強会を開催した。これを通じて、危険要因を含む当商店街内および周辺の、注意すべき箇所や特徴、震災時に利用できる施設（周



ワークショップ形式の勉強会に
挑む関係者

辺の一時集合場所や救急病院、帰宅支援ステーション等）、必要となる防災設備（AEDや消火栓等）の設置場所、震災時に取るべき行動等についての整理を行った。

また、勉強会を通じて整理された情報を基に、地図製作会社に依頼し、災害時に利用できる施設等を記した周辺地域の地図、および当商店街から近郊の主要地域までの帰宅ルートを示した地図を作成した。



勉強会にて模造紙を使って防災のポイントを列挙

そして、これらの内容を盛り込んだ、来街者向けの配布用「築地場外市場帰宅支援マップ」を作成した。この中には、災害時の支援施設を盛り込んだ「災害ガイドマップ」と周辺主要地域までの帰宅ルートを示した地図、災害伝言ダイヤルの活用方法などの他に、災害時にとるべき行動が簡潔に5つのステップで示されている。ちなみにこれは、



来街者向けの
帰宅支援マップ
(嵩んだ時)

来街者向けの帰宅支援マップ(広げた時)

破棄されずに実際に役立ててもらえるよう、蛇腹式に折りたたんだ手のひらサイズになるように工夫された。

完成した8,000部の「築地場外市場帰宅支援マップ」は、平成23年2月より来街者に配布されている。しかし、全ての来街者にやみくもに配布するのではなく、当商店街を頻繁に利用する事業者や、周辺住民、定期的に来街する固定顧客向けに、各店舗を通じて配布した。また、災害時に、共に誘導・救援・救護活動に参加してもらいたいという期待のもと、当該地域や周辺地域の町会、消防団等にも配布した。

●事業の成果

当商店街では、当初、防災に関する意識が低く、当事業の取組みについて理解を得られないことが多かった。しかし、当事業を通じて防災対策に必要な知識を学び、間違っていた認識を改めることができた。それにとどまらず、ワークショップの参加者を中心に、防災対策の重要性が再認識されたことは、今後の取り組みへの大きな第一歩となった。

安全・安心

また、防災対策に対する認識が全く無かった組合員や来街者等にも、「築地場外市場帰宅支援マップ」を配布したことで、防災に関する気付きを与えることができた。これを機に、勉強会で整理した情報から、当商店街の店主や店舗従事者向けに、商店街内の防災関連の色材や、防災グッズの保管場所等、災害時の誘導・救援・救護に役立つ情報を、地図と共に示したパンフレットの作成にも取り組んでいる。

このほかにも、防災対策に熱心に取り組んでいる、周辺地域団体の取組みを学ぶ場や、隣接する自治体や防災関連団体との交流の場も増やしている。

現在では、勉強会に参加した関連団体と防災に関する情報交換等を頻繁に行うなど、災害発生時に重要となる交流関係も築けている。勉強会には当組合員だけでなく、近隣地域の町会、消防署、警察署、区役所、一時避難場所に指定されている施設の関係者、消防団等、30名程度が参加した。開催の回数を重ねることに参加する団体が増え、関係者間の連携も深まった。

●今後の課題

防災対策は不可欠であるにも関わらず、店舗への直接的な収益にならないことも一因となり、取組みの重要性を認識し、積極的に取り組む組合員は決して多くはない。しかしながら、多くの来街者を受け入れ商売をすると同時に、来街者に対する安心・安全の責任が商店街にも求められる。ましてや顧客に多大な犠牲が出てしまつては、商店街の存続問題に繋がる可能性すらある。よって、当事業を通じて得た知識等を基に、実地訓練などを盛り込みながら、当組合内での防災に対する意識改革を更に図っていくことが今後の課題である。

- ◎所在地：築地駅の南西約250m、築地4丁目
交差点の南西約33km²一帯、および
西約1.3km²の一帯
- ◎店舗数：320店舗
- ◎振興組合員数：290人
- ◎関連URL：<http://www.tsukiji.or.jp/>

デジタルサイネージの機能強化と市民記者による子育て情報・地域情報の継続的収集活動事業

神奈川県川崎市

モトスミ・オズ通り 商店街振興組合

住民目線で情報収集をし、それを多様な媒体を通じて多くの住民にみてもらい、聞いてもらい、使ってもらう。情報技術や通信技術も交えながら住民と商店街が自然に通じ合うための仕掛けづくり



デジタルサイネージ

● 社会的課題

東急東横線元住吉駅の東側駅前に立地する当商店街には、地域住民を中心とした元住吉駅乗降客が多く通過する。しかし隣接駅の武蔵小杉駅周辺では広域的な都市拠点形成に向けた新しいまちづくりが進んでおり、元住吉周辺住民の購買行動の変化も心配されている。商店街活性化への取り組みが、当商店街の盛衰を左右する状況になっているとも言える。

そこで、元住吉およびその周辺の住民に街全体をもっ

と知ってもらい、興味を抱いてもらうことを重点課題の1つと位置づけ、様々な活動に取り組んだ。

● 経緯

周辺住民は約半分が子育て世帯であることに着目し、当商店街のバザーへ品物の提供を申し出てくれた慶応義塾大学のボランティアサークルと共同で平成14年から子育て支援を始めた。空き店舗をコミュニティ施設の拠点とし、小学生に勉強を教えたり子供の一時預かりをするなど、子育て世代との交流を図った。しかしその施設がマンション開発にかかり、やむなく閉鎖した平成18年からは、ITを活用した関連情報の発信という形に変えて子育て支援を継続した。

これはオズファミリークラブという無料のメルマガ会員制度で、子育て支援情報はもちろん、店のお得情報や地域情報を会員のパソコンや携帯電話に週1回配信するものである。

しかしこれは文字情報だけで、画像などによる見易さが不足していた。また概してメールをあまり使わない高齢者の会員の少なさも問題となった。これらを解決するため、デジタルサイネージ（電子看板）の導入および紙媒体で伝える地域情報誌の発刊に至った。

● 事業概要

平成21年度末に、元住吉駅東口を出てすぐの当商店街入り口にデジタルサイネージを設置した。当初は川崎市の広報や警察からの防犯情報などを流していたが、より来街者に役立つ情報提供を目的に、平成22年度はデジタルサイネージでタッチパネル式のコンテンツ提供が可能となるシステムの開発を行った。具体的には、店舗情報、



商店街で情報誌を配る組合員

子育て支援情報、地域資源情報などのコンテンツ制作、そしてこれら情報がタッチパネルの操作によって誘導されたり、継続的に内容更新ができるシステムの開発である。さらに音による情報提供によって閲覧者により伝わり易くするため、防塵防水のスピーカーを設置した。

次に「商店街生活」という情報誌を2011年3月に5000部発行した。店舗の紹介を中心にした情報誌も過去にはあったが、今回は住民目線による生きた情報を届け、商店街に親近感を持ってもらうことを重視したい。そこで、市民記者が商店街取材した上で情報コンテンツをつくりあげる「オズ記者クラブ」を立ち上げた。平成22年秋に近隣住民へ公募をかけ、選ばれた記者10人が自ら商店街をまわり、そこで感じたことを素直に記事にもらった。子育てに関する情報を「オズ記者クラブ」の募集チラシらべめながら、17の店舗の紹介、地域に根ざしたエッセイ、愛犬の投票コーナーなど住民である記者の感性が十分に発揮された内容となった。

取材によって集めた情報は、デジタルサイネージ、メルマガ、ホームページなどでも発信し、多様なメディアによる情報発信の基盤づくりを目指している。

以上の取り組みは、以前から付き合いのある慶応義塾大学商学部メディアデザイン研究課や中小企業診断士、ソフト開発企業などからなるプロジェクト組織にて推進した。

● 事業の成果

デジタルサイネージを通じ、タッチパネルコンテンツへの参加店舗数は、当初の目標であった40店を大きく上回り、70店が参加してくれた。発信する情報は画像や音声も含めて飛躍的に増え、お客の関心を集めやすくなった。店舗のクーポンも発行できるようになったため、デジタルサイネージの前には立ち止まる人が以前よりは増えている。

また、「オズ記者クラブ」では、意欲的でイラスト作成などの技能を持った主婦や大学生、社会人が集まり、住民目線の「商店街生活」を発刊することができた。取材を受けた店も積極的に協力をしてくれ、当取り組みに対する組合員の理解が促進されたと共に、店が市民記者と関わり合い、意見を交換し合えたことで、店と住民の相互理解が深まった。

情報誌は平成22年度末に配布したため、その反応はこれからだが、デジタルサイネージも含め、当商店街をより深く知ってもらえる多様な仕掛けづくりができたと言える。

● 今後の課題

多様なメディアによる情報発信の基盤構築が出来つつあるが、それをさらに広げるため、フェイスブックやツイッターといったソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）等の媒体を活用した情報発信が課題である。それにより、多くの人に知ってもらえるのはもちろん、何度も見聞きする可能性が高まるため、発信情報が記憶となり、来街や買い物に結びつき易くなる。

また、隣のプレーメン通り商店街と共に顧客ポイントカードの共同導入の話が持ち上がっている。これを前向きに進め、デジタルサイネージやメルマガ、情報誌などの仕掛けとうまく組み合わせていけば、ITを活用した商店街としての完成形に近づいてくるであろう。

◎ 所在地：東急東横線元住吉駅の北東側から東の網島街道まで延びる約150mのモトスミ・オズ通り沿いおよびその周辺

◎ 店舗数：140店舗

◎ 振興組合員数：117人

◎ 関連URL：<http://www.oz-doori.com/>

商店街で育てる人間力

～これからの商店街を担う若手の育成研修事業～

長野県佐久市

岩村田本町商店街 振興組合

地域に根ざし、発展する商店街に、さらに新風を巻き起こす若手経営者の育成に取組む



中小企業診断士の講義に熱心に参加する若手経営者たち

● 社会的課題

当商店街では、「地域の皆さまと共に暮らす、働く、生きる」商店街をモットーに、10年・20年後に、今もより住みやすい街の中の商店街として発展することを目指している。これを実現させるには、優秀な人材を発掘・育成することが重要であると認識している。よって約15年前から、研修等による後継者の人材育成にも注力し、継続的に取り組んできたが、内なる刺激だけでなく、新風を巻き起こす刺激として、外部からも優秀な人材を取り込んで常に変革していくことが大切であると考えていた。

● 経緯

平成23年度より当商店街では、現在の岩村田地域に加え、その周辺からJR佐久平駅までの新興開発地域に点在している商店街を含めた約4万平米のエリアへと拡大する予定である。平成22年度からはそれを踏まえ、組合へ新たな仲間の加盟促進活動に取り組んでいる。佐

久平駅の周辺に店舗を構える経営者は、若くてベンチャー精神が旺盛で、経営改善への意欲も高い。よって経営者の育成に注力していることで知られていた当振興組合への加盟に際し、実際の店舗経営に即した研修の実施を強く要望された。

当商店街では、これまでも若手の経営者や後継者を対象に、店舗経営の研修や勉強会を積極的に実施してきた。しかしながら、古くから岩村田地域にある商店の若手経営者や後継者とは異なり、新興開発地に新たに出店してきた経営者は、地域での顧客基盤や人脈、事業経験、経営資源等が十分ではない。そこで、新たに仲間に加わる新米経営者向けに、それらの問題解決および体力・発想力・行動力・実施力等の人間力を育むことを目的とした研修、「商店街で育てる人間力」を実施することになった。

● 事業概要

研修は、専門家によって3つの講座が実施された。1つ目は、長年の付き合いのある長野県上田市の中小企業診断士による全8回に渡る「きらりと光る店創り」講座である。

ここでは、講義とワークシートの演習を通じて、実践に活かせる店舗経営のノウハウの研修を行った。講座終了後も、各店舗に出向いて経営課題の抽出と、課題に対応した個別指導が中小企業診断士によって実施されている。また、当商店街で取り組む事業を題材とした研修も実施している。例えば、イオンのWAONカードと一体化された佐久っ子カード事業や、託児サービス等を提供する子育



研修が行われた岩村田商店街のコミュニティスペース「おいでなん処」

てお助け村事業、米粉うどん店を運営する地域ブランド創成事業などをモデルとして研修の題材にする。そして、受講者がその事業に携わりながら学ぶことで、各自の店舗経営に反映できる地域の事業ノウハウも同時に学べるようにしている。

2つ目の講座は、佐久市経済部長による「商店街の役割について」の講義である。地域社会の中での商店街の存在意義について認識を共有し、地域の担い手としてのモチベーションを高めることを目的とした。

3つ目の講座は、佐久商工会議所の指導員によって編成されたチームによる「健全経営の財務体質と資金調達の基本」に関する講義が行われる。そこでは、公的な支援対策を活用した事例の紹介や、財務経営と資金調達のノウハウに関する説明が行われる。受講者は、自身の店舗経営に即した支援策や、資金調達の方法等について相談することが出来る。

通常の経営者研修にとどまらず、商店街で取り組んでいる事業や、地域の事例を題材とし、また地域における存在意義も学ぶこと、そして地域をよく知る専門家に講師をやってもらうことにより、当商店街ならではの地域に根ざした研修が実現でき、新たに加盟する組合員の要望にも応えることが可能となっている。

● 事業の成果

当事業には、約30名の新規組合員が参加している。忙しい経営者にとって継続的な研修参加や、経営改善活動を維持することは容易ではない。しかし、参加者同士や、事業を推進する理事、既存組合員とが励まし合いながら、モチベーションを維持できていることが大きな成果と言える。

また、当研修事業終了後も、理事会召集時に、参加経営者等を中心に、店舗経営の状況や、成果について発表する場を設ける予定である。そして、当事業に取り組んできた理事による店舗経営の点検やアドバイスをを行い、研修で得たノウハウの実践を継続させることも促すことにしている。

さらに、当商店街での取組み（既述の佐久っ子カード事業や、子育てお助け村事業など）に対して各地から視察者が訪れており、他の商店街の参考事例となっている。これがまた、組合員のモチベーション向上にも繋がっている。

● 今後の課題

人材育成は長い年月と、根気強さ、取組みの継続性を必要とするため、先の将来を見据えて、今後も継続的に取り組むことが大切である。個店の集合体である商店街において、目標の共有化や、共通の問題意識・同じモチベーションを維持することは難しい。しかしながら、人材育成等を通じて目標や問題意識を共有化し、さらに、共に課題に取り組む成果を示すことで、賛同者が増えることを経験から学んだ。この経験を活かして今後も意欲的に人材育成に取り組んでいく。

- ◎ 所在地: 村田駅を東に約500m直進したところにある、岩村田交差点から、南に伸びる中山道(県道138号線)沿い約200mの区間
- ◎ 店舗数: 49店舗
- ◎ 振興組合員数: 49人
- ◎ 関連URL: <http://www.iwamura.com/>

きつねの嫁入り行列

静岡県沼津市

沼津あげつち
商店街振興組合

地域資源に着目したイベント「きつねの嫁入り行列」。昨年に続き第2回目の実施で、前回の反省を生かしながらニュース性の高い市民参加型のイベントとして賑わいを創り出した



きつねのメイクをした花嫁花婿と見物客たち

● 社会的課題

沼津市では、中心部への郊外からの客足が減少傾向にある中、経済界や商業界などが協力し合いながら「地域資源を活用したまちづくり」に意欲的に取り組んでいる。それが、中心市街地活性化を進める機運の高まりにつながっている。

例えば、市内の商店街が集まって毎年11月に開催している沼津よさこい祭りは大変な盛り上りをみせている。また、当商店街に近接している沼津仲見世商店街では、活性化に資する取り組みが活発に行われている。このような身近な成功例を参考に、当商店街でも“オンラインワン商店街の魅力を磨く”ための具体的な取り組みが望まれていた。

● 経緯

そういった中、平成21年度に当商店街のおかみさん会が、全国の名産品を集めた市場を始めた。当商店街内にある土土朝日稲荷神社にちなんで「あげつち稲荷市」と呼ばれ、月1回の開催である。ちなみに現在では毎回1000人程度の誘客を実現し、黒字化している。

これをきっかけに、次なる企画を並行して検討した。目標は、地域文化を基軸に、地元の人たちが参加でき、ニュース性の高いイベントの開催である。

そして、あげつち地区では約50年前にきつねの格好をした店主がバイクに

乗って商品を売る行事があったことを参考に、「きつねの嫁入り」を平成22年2月に実施することとなった。このイベントは好評を博したため、平成22年度も再度実施することとなった。

● 事業概要

「きつねの嫁入り」は、きつねのメイクをした本当の花嫁花婿1組が人力車で当商店街周辺をパレードし、同じくきつねのメイクをした市民も自由に参列して練り歩くものである。しかし前回の平成21年度は初めてのことであり、反省すべき点もたくさんあった。そこで組合員10名程度が集まり、前回の「きつねの嫁入り」をじっくりと振り返ることから始めた。週に3~4回はみんなで集まり、前年度の反省点や問題点を全て書き出し、議論し



「我入道の渡し」であげつちへ向かう花嫁

合ったおかげで様々な改良点やアイデアが生まれてきた。

例えば前回は、花嫁が沼津市の観光資源である狩野川の「我入道の渡し」を嫁入り舟で対岸からあげつちへ渡ることが始まりであったが、今回は川を渡る前に花嫁が対岸の沼津港湾周辺商店街をパレードすることとし、イベントとしての地域的広がりを持たせた。また、パレードでは高張提灯・弓張提灯を先頭に、宮司、人力車などの行列となるが、前回は歩調がそろっていなかったため、今回は地元のみこし会に依頼してその歩き方を指導してもらった。更には、準備の段階からできるだけ地域関係者や市民が参加し、地域一体となったより手作り感のあるイベントにするため、おかみさん会、各町内会、ボーイスカウト、メイクアップ教室の先生や生徒、報道機関、組合員の地元の同窓生など、各方面へ呼びかけ、様々な形での協力を取り付けた。

そして、2010年10月3日に、晴天の中、無事開催することができた。

● 事業の成果

当日の出入は参列者、見物者合わせて3000人程度はあり、前回以上の賑わいとなった。特に子供の参加が増えた。既述のように、準備の段階でも地域の多くの協力を取り付けることができたという地域連携の実現もふまえると、本イベントはこれからの当商店街活性化に向けた継続的活動の力を得るきっかけになったはずである。

また、マスクで事前、事後共に活発に取り上げてもらったことは、ニュース性を持った形で当商店街をPR

するという目標の達成に十分寄与した。

さらには公募で参加してくれた花嫁花婿自身が大変喜んでくれたことも付記しておこう。



きつねのメイクをし、参列する市民や子供たち

● 今後の課題

新潟県阿賀野町津川地区でも「きつねの嫁入り行列」が行われている。ここでは、警察や鉄道会社などそのイベントに協力し、まさに地域全体で実施している。当商店街でもこれを見習い、協力の輪、参加の輪を広げていくことが今後の課題である。そして地域に根付いた継続的なイベントにし、長い目で見れば、当商店街全体の誘客と収益確保の双方に寄与していくことを目指している。

◎所在地：沼津駅と沼津港を結ぶ幹線道路沿いで、JR沼津駅南口から約500m
地点に立地

◎店舗数：35店舗

◎振興組合員数：30人

◎関連URL：未登録

「蘇れ!金木屋」

～豊川稲荷はすご～い!～

愛知県豊川市

豊川門前通
商店街振興組合

台風によって倒木の危機に遭った金木屋は地域のシンボル。その復活を願って、商店街・地域団体・住民が集まり、思いを共有化



金木屋へのセレナーデで参加者全員による合唱

●社会的課題

当商店街がある豊川門前町は、日本三大稲荷の1つ、豊川稲荷の門前町として稲荷信仰の参拝客を中心に古くから観光商業地として栄えた。しかしながら、近年はライフスタイルの変化等により参拝客や観光客が減少し、商店街への来訪者は減少した。

また、正月三が日には例年120万人の来訪者がある一方で、それ以外の時期は来訪者が少ないという特性がある。シーズンによって来訪者数が極端に異なることも当商店街の悩みであった

●経緯

豊川稲荷境内にある樹齢250年といわれる金木屋は、毎年花を咲かせ、甘い香りを漂わせて参拝客や地域住民を和ませてきたが、平成21年10月の台風で倒木の危機に遭った。しかし、商店主達は地域住民と協力して、

金木屋の補修に取組み、金木屋は再生を果たした。商店主達は「豊川稲荷には金木屋などたくさんの樹木が植生していることを多くの人に知ってもらい、来訪者を増やしたい」との思いと、「再生する金木屋を見届けながら、地域の人々のつながりを深めたい」との思いからイベントに取組むこととした。

●事業概要

「蘇れ!金木屋」～豊川稲荷はすご～い!～と命名したイベントは、金木屋や豊川稲荷にまつわる文化・自然などを題材にして、平成22年10月2日と10月11日の二日間開催した。10月2日は豊川稲荷境内にて2部構成のイベントを開催し、第1部では「仏閣と金木屋」をテーマに



樹木医による「仏閣と金木屋」の講習会

樹木医の講演と豊川稲荷境内の散策を実施した。境内に植生する樹木の歴史や特長などに着目して散策したこともあり、参加者からは「今度は違う季節に豊川稲荷境内を散策したい」との感想が寄せられ、正月以外にも豊川稲荷へ来て頂けるきっかけを作ることができた。第2部では、台風で倒木した豊川稲荷境内の立木を材料にしてベンチを製作し、併せて昆虫おもちゃの製作教室を開催して、子どもから大人までが一緒になって楽しんだ。こ

環境・リサイクル、
地域資源・農工商連携



豊川稲荷境内で樹木医による解説を聞く参加者

のイベントは地元の木材組合や地域の市民活動団体「昆虫の会」など様々な人たちと連携して開催したものである。



昆虫の会の担当者の指導を受けながらおもちゃ作りに挑む子ども達

10月11日は、「お月見コンサート～金木屋へのセレナーデ～」を豊川稲荷境内にて開催した。コンサートには、舞踊家やソプラノ歌手、ハープ演奏者、尺八演奏者を招き、金木屋を題材にした物語の朗読と共に、舞や演奏が披露された。

これらのイベントの他に、木への思いをエコ活動によって体現する取組みを平成22年8月から10月まで実施した。この取組みは商店街の飲食店にて排出される使用済みの割り箸を、木材組合の協力を得て炭にし、近隣地域で特産品として栽培されている干両さつまいもの肥料として提供する活動である。

●事業の成果

当イベントの開催を広く知らしめるため、作成したチラシとポスターを商店街の店舗に掲示したほか、地元新聞社など、地域一体の協力体制による宣伝告知を行った。これにより、10月2日に開催したイベントには、地域住民を

中心に、親子連れから高齢者まで多くの人が集まった。ベンチは合計で6脚が完成し、今では来街者がひと休みできるよう、商店街の通り沿いと豊川稲荷境内に置かれている。

10月11日に開催したコンサートにも、多くの人を訪れ、当初予定の300人を大きく上回る400人が集まった。コンサートのフィナーレでは、参加者全員が金木屋を囲う中、金木屋の物語朗読と童謡の合唱が行われ、参加者は豊川稲荷の神聖な雰囲気浸っていた。コンサートが夕刻から行われたこともあり、コンサートを目的に来た人々が、その前後に商店街を散策するなど、門前町はいつもと違う賑わいを見せた。

使用済み割り箸の回収では、商店街の飲食店が協力し合い、店頭でPR用ポスターを貼り、来訪者にアピールした。その結果、リサイクルでできた炭を数回に渡って干両さつまいもの生産者に提供することが出来た。



使用済み割り箸から創った炭

●今後の課題

豊川稲荷門前町への来訪者を増やすためには、地域の観光資源である豊川稲荷と門前町が一体となって活動を実施し、地域の魅力を発信していかなければならない。また、今回のイベントで普段あまり足を運ばない地域住民が大勢参加して街が賑わいを見せたように、観光シーズンに関係なく継続して来訪者を呼び込むためには、様々な地域団体が連携して、地域住民を巻き込んだ活動を進める必要がある。今回開催したイベントのように、観光客と地域住民の双方を呼び込むことのできるイベントや活動を今後も継続していくことが大切である。

- ◎所在地：JR豊川駅、名鉄豊川稲荷駅と豊川稲荷総門を結ぶ門前通周辺
- ◎店舗数：40店舗
- ◎振興組合員数：40人
- ◎関連URL：未登録

商店街サンセット・ウォーキング

商店街—みんなDE歩こう!

岐阜県高山市

高山市商店街
振興組合連合会

人の歩かない通りは魅力がなく、店も早々に閉まる。ウォーキングの舞台としてまちを見直し、ビジネスチャンスにもつなげていく



「かんかこかん」前から「まち散歩」に出発するベビーカーママたち

● 社会的課題

高山市商店街振興組合連合会（高商連）は、地域コミュニティの核としての商店街の役割の重要性を早くから認識し、誰もが気軽に立ち寄ることのできる「まちの縁側」「まちひとびら座かんかこかん」を開設すると共に、この拠点を活用した商店街独自の子育て支援等を平成15年よりスタートしていた。

一方、店主の高齢化や店舗継続の意志が失われつつある個店の中には、終業時間を早めることも出てきた。「卵が先か、鶏が先か」の議論はあるが、遅い時間の来街者は減少し、売り上げが見込めないことで終業時間は一層早まる。暗いまち並みは、地域にとって大きな損失だ。

● 経緯

「かんかこかん」では、「こどもひろば」や「まちづくりひろば」、「観光情報ひろば」といった子どもや高齢者、そしてミシュランの三つ星評価以降、増加傾向にある外国人観光客にも対応した各種事業を実施している。商業だ

けにとどまらないこれらの取り組みは、新たな来街を促進するきっかけとなり、まちなかに興味を持つ人が増えてきた。

平成21年には、商店街に馴染みのない若い親子にもまちなかを楽しんで欲しい、歩きにくさや危ないと感じる箇所を改善していきたいとの想いから、高商連の女性部を中心に、0～3歳児連れを対象とした「ベビーカーで「まち散歩」」を開催した。50組の親子が商店街を歩き、ウィンドウを眺め、カメラ店で写真撮影してもらい、風船・ドリンクのサービスを受けるなどしてまち歩きを満喫したのだった。


考えてみると世の中は健康ブーム、ウォーキング人気である。外国人観光客にも、滞在中ウォーキングを欠かさない人がいるようだ。住民の多い郊外住宅地は、野生動物が出たり、道が暗かったりと危険なところも多い。それに比べてまちなかは、商店街のアーケードや歩行空間が充実しており、楽しく過ごせる安全・快適な明るい空間だ。夕食後のひと時を過ごすウォーカーが増えれば、個店の営業時間の延長も促進できるのではないかと。商店街を知らない若い世代にも、ウォーキングを通じてアピールできる。こうして、「商店街サンセット・ウォーキング事業」が理事会において発案された。

● 事業概要

まずは健康・ウォーキングへの関心を刺激することから始める必要がある。そこで平成22年8月29日に組合員向けの事業説明と講師による正しい歩き方などのレクチャー会を実施。市民向けの教室は、第一弾を10月3日

の午後2時から小学校の体育館で開催。インストラクターによるウォーキング講座の後、近隣商店街のウォーキングを体験した。

続く第二弾は11月20日の夜7時から始まった。市役所ホールで健康と運動に関する医師の講演を聞いた後、夜間の安全対策として蛍光バンドを身に付けた参加者は、商店街の約2kmのコースをウォーキングした。設定された3つの推奨コースは、薬局・薬店、公衆トイレ、コンビニ、銭湯などの有用な情報と共に作成した「商店街DEウォーキングMAP」に盛り込まれた。

第三弾は平成23年2月6日の午後2時に開催した。冬季のためウォーキングは企

室内でできる健康づくり方法も伝授
面せず、「ウォーキングと同様の効果がある室内運動」を体験してもらった。

● 事業の成果

市民向けのウォーキング教室は、子連れの家族から高齢者まで毎回100名程度の方が訪れ、盛況のうちに終えることができた。ウォーキング体験後に実施したアンケートでは、「何年振りかで商店街に来た」という人、「意外なところに意外なお店がある」という気づきのあった人など、「買い物に来て」という直接的な集客アピールではないものの、商店街と消費者とのコミュニケーションの深化が期待される内容となった。

少子高齢化、
生産性向上



夜の商店街でウォーキング体験

また、10月1日には本事業のサテライト事業と位置付ける「ベビーカーで「まち散歩」」を前年に引き続いて開催し、こちらも好評を博した。「高山は少子化じゃないのかい？」と観光客が驚くほど、まちなかに若い世代の活気があふれかえっていた。

商業者の反応は賛同・傍観など人によって様々だが、終業後も店頭を明るくしたり、甘酒のふるまいサービスを手伝ったりと、前向きな協力を得ることもできている。

最近ではまちなかでウォーカーを見かける機会が増えてきており、暖くなるこれからの季節、ウォーキングがより活発化することへの期待がかかる。

● 今後の課題

ウォーキングへの入り口となる市民向け教室は一区切りをつけ、スタンプやポイント等の仕組みを活かした商店街イベント、体脂肪計や体重計などの設置、銭湯とタイアップした健康増進企画など、ウォーキングを活用する夢は広がっている。今後は機能面でも、照明などの充実、AEDや防犯カメラの設置など、ウォーカーの安全対策に万全を期しつつ、生活向上への貢献と商業の発展とが両立したまちづくりを進めていく。

- ◎所在地：JR高山駅の東方およそ700m、市街地中心部を流れる宮川の線治橋付近を交点として十字状に広がる8つの商店街と付設する2つの商店街
- ◎店舗数：379店舗
- ◎振興組合員数：349人
- ◎関連URL：<http://www.takayamashishouren.net/>

少子高齢化、
環境・リサイクル

詩と絵と花のあるエコなまちづくりで親子交流

石川県金沢市

石引商店街 振興組合

子どもを念頭においた、芸術作品とエコ活動の
取り組みによって、幅広い層の地域住民との交
流の場を創出



当商店街の広場にて“生ごみコンポスト”によってできた堆肥を使った植栽をする親子

● 社会的課題

当商店街では、金沢大学の移転・郊外の大型商業施設開発・車社会の進展等の影響により、若年層世帯の利用客が激減した。そのため、空き店舗が増え、学生街として栄えていた当時の賑わいは失われていった。そこで、流出した若年層を呼び戻そうと地域にある金沢美術工芸大学と連携した空き店舗でのカフェや無料ギャラリーの設置、また、プランターの植栽や、廃油回収によるリサイクル石鹸の販売等のエコ活動などを通じて、当商店街のアピールを図ったが、若年層世帯の利用客を取り戻すまでには至っていない。

● 経緯

当商店街の周辺地域には小学校のほか、幼稚園や保育園等が複数あり、園児を迎えに来る母親も多い。そこで、子どもを念頭においた取組みを行うことで、来街者が楽しめるだけでなく、その子どもたちの家族も商店街を訪れるきっかけとなり、街に賑わいが取り戻せると考えた。また、周辺および近隣地域の親子や高齢者、商店街店主との交流を促し、それをきっかけに商店街を知ってもらうことも期待した。

● 事業概要

平成22年10月21日～27日の期間に「詩と絵と花のあるエコなまちづくりで親子交流会」を開催した。エコ活動体験や作品展示・鑑賞等の親子交流を通じて、近隣地域の親子と当商店街との交流を深め、来街のきっかけづくりや、エコ活動の普及促進に取組んだ。

具体的には、近隣小学校の児童が授業の一環として作った俳句や、一般から募集した俳句や川柳、園児の絵画・野焼き等の作品を、当商店街の空き店舗や営業店舗内、街路灯に飾り、商店街を散策しながら俳句や絵画等の作品を鑑賞できるまちづくりに取組んだ。

また、子どもたち向けに店舗を巡るスタンプラリーもこの期間中に実施し、作品の鑑賞を通じて親子と商店街の店主等との交流を深めるきっかけ作りを行った。

さらに、上記イベントの3ヶ月前(7月)には、地域でエコ活動の普及に取組んでいるNPO法人の担当者を講師に招き、生ごみを堆肥にリサイクルする“生ごみコンポスト”のつくり方講習会を開催した。そして、スタンプラリーの



“生ごみコンポスト”のつくり方講習会の風景

最終日に講習会時にできた堆肥を使って近隣の親子と商店街のプランターに植栽を行った。

● 事業の成果

“生ごみコンポスト”のつくり方講習会は、当事業採択決定から実施までの期間が短かったため、告知が商店街の周辺に限定されたが、当初1回の予定が、多数の希望者があったため2回での開催となった。総勢45名が参加し、うち半数以上は当商店街組合員以外の親子であった。その後、各自宅に持ち帰り、現在も活用しているという。このコンポストによってできた堆肥を使った植栽、および植栽の準備に多くの子どもたちとともに父母や祖父母50名程度が参加し、商店街を彩る約200株の花が植えられた。

園児や児童の作品の展示には、小学校や幼稚園、保育園から快く協力が得られ、空き店舗2箇所、個店28店舗、商店街が管理するギャラリー等に多くの作品が展示された。また、新聞の折り込みチラシ等を通じて一般から募集した俳句や川柳も50句程度集まり、商店街の街路灯を飾った。街路灯の俳句展示は、事業終了後も展示を続けている。現在は第2弾として冬バージョンの作品を追加募集した。好評です

で40作品弱集まっています。作品は順次入れ替えを行っているが入れ替え作業が簡単に済むように工夫した甲斐があって、組合員が忙しい仕事の合間にも、スムーズに俳句の入れ替えができています。
スタンプラリーは、予想以上に反響が大きく、普段は来街者の多くが高齢者である当商店街も、近隣や少し離れた地域の親子連れで大いに賑わった。期間中は普段よりも、入出が2～3割多かった。作品展示やスタンプ設置場所を、軒先ではなく営業店舗内に設置したことによって、来街者をおのずと店内へと誘導し、店主との自然な交流が図れ、店舗のアピールや次回の来店へのきっかけ作りに貢献した。事業終了後も、商店街の店主と来街者とが面識をもったことにより、言葉を掛け合う機会が増えたようだ。
自主的なエコ活動や買物客向けのスタンプラリー等はこれまでも実施してきたが、親子の参加を募ったことにより、売上への直接的な貢献は限定的であったものの、若年層世帯の来街を促すという点において、成果が得られた。



今は冬バージョンの俳句作品が街灯に飾られている

● 今後の課題

当事業を通じて、エコ活動への取り組みや、世代間を超えた地域住民と商店街との交流促進に一定の効果が得られた。しかし一過性のイベント開催等では、効果は限定的である。そのため、根気強く取組みを継続し定着させることで、イベント時とそれ以外の時も含めた通年での賑わい創出や、店舗の収益増などといった効果が発揮される。そのため、改良と工夫を加えながら当事業を継続し、商店街を中心に、子どもから高齢者までの幅広い世代を巻き込みながら、環境に優しい街づくりに取組んでいくことが課題である。

◎ 所在地: 金沢駅の南東約3km、兼六園から南東に延びる県道10号線を約600m進んだ先に立地
◎ 店舗数: 56店舗
◎ 振興組合員数: 49人
◎ 関連URL: <http://www.shop-kanazawa.jp/mall.php?mll=12>

子どもの視点による商店街の魅力再発見メディア制作&上映会

京都市京都市

大映通り 商店街振興組合

新たな役割として、子どもたちが安心して生き生きと体験学習できる場を提供し、コミュニティの中心としての賑わいを取り戻す



PRコンテンツ作成に際し商店主に取材する子どもたち

● 社会的課題

当商店街の周辺には、映画村や撮影所があり、キネマの街太秦の歴史を伝える存在として撮影所と共に歩み、栄えてきた。周囲は新旧の住宅が立ち並び人口密集地で、若年層の家族世帯から高齢者世帯、大学生居住者まで、幅広い層の住民がいる。また、近隣には複数の小中学校があり、京都市一の生徒数を誇るマンモス小学校もある。

しかしながら、日本映画の低迷による映画関係者の来街の減少、大型スーパーの進出による住民の購買行動の変化等により、コミュニティの中心としての賑わいが当商店街から失われていった。さらには商店主の高齢化の進行および後継者難により、空き店舗が目立つようになった。

このような状況のもと、将来のコミュニティの担い手である子どもの健全育成のための環境づくりを、商店街の新たな役割として位置づけた。昨年、子どもたちを様々な社会問題から守るため、子どもの活動が必要以上に制限されるケースも少なくはない。そこで、子どもたちが

安心して生き生きと何かに取り組める場を提供すること、商店街の役割があるのではないかと、このような認識が強く芽生えたのである。

● 経緯

そこで、子どもたちを主体とした活動に積極的に取り組むこととした。平成21年度には子どもたちが地域を取材して「うすうす新聞」を発行した。その配布に大企業や教育機関が協力するなど、大きな反響を得た。

子どもたちの活動が地域活性化への原動力になるとの考えを得たため、考えをさらにめぐらせた。その結果、平成22年度は、子どもが商店街のPRコンテンツを制作し、それをネット配信する「うすうす子どもテレビ」を企画した。子どもとの取組みを通じて、商店街を中心とした人とのつながりを形成し、それを深め、広げていくことでコミュニティの再生と地域経済の活性化につながることを期待した。



商店街でPRコンテンツの撮影をする子どもたち

● 事業概要

当商店街の組合員でもあり、子育て支援や子どもを主体としたイベント活動を行っているNOP法人「子育ては親育て・みのりのもり劇場」と連携し、「子どもの視点による商店街の魅力再発見メディア制作&上映会」を実施した。

まず、地域の小・中学生を対象に、当商店街の各店舗



上映会後に理事長およびメディア専門家と記念撮影する子どもたち

の1分間のPRコンテンツ制作への参加者を募集した。PRコンテンツの作成作業期間を1クールとし、「子育ては親育て・みのりのもり劇場」の指導のもと、平成22年10月から平成23年2月までの間に合計3クール行った。

撮影の前には、ディスカッションを行い、動画でコンテンツを制作する上でのポイントを子どもたちに認識させた。子どもの自由な発想を大切にすため、その他の事前講習は、取材のマナー、撮影機材の簡単な説明に留めた。参加した子どもたちを5チームに分け、各チームが2~3店舗のPRコンテンツ作成に挑んだ。取材計画や絵コンテ作成、撮影、編集作業の全てを子どもたちが主体となって行った。

また、PRコンテンツの作成に当っては、「商店街の活気が失われ、商店主が困っている。店舗の魅力を発見して、それを伝えることで活気を取り戻せるようなPRコンテンツを制作してほしい」という背景をしっかりと伝えた。これにより、子どもたちには問題意識と責任感が芽生え、自ら考え、創意工夫に富んだPRコンテンツを作成した。出来上がった作品は、大人が気付かないような視点や、想像のつかないような編集方法で店舗を捉え、画面から温かみが伝わるバラエティ豊かな20店舗分のPRコンテンツが完成した。

その後、平成23年3月5日にメディアの専門家を招いて、

「子どもクリエイターの大映通り商店街が主役!キネマ上映会」と題して、そのPRコンテンツの上映会を当商店街の空き店舗にて行った。

● 事業の成果

20人の子どもが参加し、子どもたちが成長する土台となる「自ら考え、行動する」意識が築けた。当商店街が子どもの育成サポートを担っていくきっかけを得たとも言えよう。

また、取材を通じて各店舗を知った子どもたちは、「どうせ買おうなら商店街のあの店が良い」といった発言をするなど、子どもたちが商店街の活用を促す原動力にもなっている。PRコンテンツの上映会では、集まった大勢の観客や、専門家の前で、子どもたちが自らの作品を紹介し、映像を見た客席からは笑いや感嘆の声があわくなど、盛大な盛り上がりを見せた。この様子が京都新聞にも掲載され、多くの人に、当商店街をPRすることもできた。

さらに、当商店街の地域の、人と人、子どもと大人との繋がりを大切にするこのような取り組みを知ったことが1つのきっかけとなり、当事業期間中に若い経営者が当商店街に出店を決め、2つの空き店舗が埋まったことも、大きな自信につながった。

● 今後の課題

これからも地域の特徴である「キネマの街」をキーワードに、地域の親子と商店街とのつながりを深め、コミュニティの中心となる商店街が復活していくための取り組みを継続することが大切である。そして、これらの取り組みをインターネット等で幅広く発信して多くの人の関心を引き寄せ、それが集客や新店舗出店へとつながっていくことを期待したい。

- ◎ 所在地：京福電鉄帽子ノ辻駅の南から太秦広隆寺駅の延長約700mの大映通り沿い
- ◎ 店舗数：72店舗
- ◎ 振興組合員数：66人
- ◎ 関連URL：<http://www.kinemastreet.com/>



上映会には幅広い層の地域住民がたくさん集まった

安心で安全なストリートを目指して 「シカの白ちゃんプロジェクト」

奈良県奈良市

商店街振興組合
三条通
ショッピングモール

都市計画街路の拡幅事業を機に、母子の安全を願う新キャラクターを導入し、安全・安心・快適な買い物空間を訴求する



店舗のセットバックにより歩道の拡幅が進められている三条通

● 社会的課題

奈良市の中心街路沿いに形成された歴史ある三条通ショッピングモールは、昭和62年にコミュニティ道路の整備が完成していたが、幅員8~9m程度（うち車道は東向き一方通行の1車線4m）で、歩車が分離しているとはいえ、観光客や通勤・通学者、就業者等の歩行上の危険性がかねてより問題視されていた。

商業面では、JR奈良駅と近鉄奈良駅とを結ぶ中心市街地の回遊動線を形成し、地元向け・観光客向けの業種・業態が多数混在しながら発展してきたものの、街区の一角から大型店量販店や専門店が撤退したこともあり、通行量は減少する傾向を見せていた。

● 経緯

修学旅行などの団体観光客や、業務集積地区として出歩く人の多い三条通では、二人並ぶと歩道が飽和状態と

なり、すれ違いや追い抜きには車道にはみ出すような危険な状況だった。都市計画街路としての拡幅整備は、東側の工区が平成9年、JR奈良駅に近い西側の工区が平成19年に着工し、歩道幅員を両側各6mまで広げる事業が進められている。

時間を要する街路拡幅事業の間には、大型店撤退のほか、事業用地買収や建替え等に伴う店舗の閉鎖などが影響して近隣顧客が減少していく。だが商店街としては、事業完了による商業ゾーンの快適性・立地性の高まりに期待し、これを機に新たな魅力づくりによる集客力アップに取り組むことを重要な課題と捉えていた。

さらに地元のまちづくり協議会では、JR奈良駅側の三条通入口付近に待ち合わせも可能な目的性を持ったスポットを開設するため、シンボル・モニュメントの設置を検討していた。そこで当商店街から協議に参加していたメンバーが、「シカの白ちゃん」をモチーフとすることを提案した。

「シカの白ちゃん」とは、昭和29年に奈良公園に誕生した、頭に白い冠のような毛を生やした珍しい雌シカの愛称である。白ちゃんが生涯唯一もうけた子シかも白ちゃん自身も自動車事故で亡くなっており、交通事故の悲惨な例、母子愛を象徴する物語として受け継がれていた。若い世代には知る人も少なくなっていたが、埋もれさせたくはなかった。そして、新しく生まれ変わる三条通が安全にゆったり歩ける環境になるように願い、また現在も交通事故で亡くなること多い奈良のシカの愛護に貢献したいとの考えだった。

安全・安心、
生産性向上



安全でゆったり歩けるショッピングモールに向けての願いを込めたステッカー

● 事業の成果

奈良県内ではシカのキャラクター使用は数多く、そのデザインも出尽くしている感がある中、差別化を図り得ると決め手になったのは、奈良をイメージさせる若草色の目、手足の色に使用された交通安全の黄色、実物を彷彿させる王冠の表現、そして「シカの女王」と呼ばれた白ちゃんにふさわしい、かわいくも品の感じられるデザインであった。

新たに誕生したキャラクターは、組合加盟店を差別化する「会員店ステッカー」としての使用のほか、普及啓発のため春日大社でお祝いを受けた「交通安全ステッカー」を作製し、イベント等で配布した。

プロジェクトの一連のアクションは、全国紙や地元メディアでも取り上げられて「白ちゃん物語」の浸透が促進され、会員店からは「白ちゃんバームを作りたい」などの声もあがってきている。

● 今後の課題

「シカの白ちゃん」を中心とした三条通ショッピングモールのイメージアップ・集客力向上の取り組みは、途に就いたばかりではあるが、啓発・PR・情報発信グッズへの活用、オリジナル商品の開発・販売、交通安全とシカ愛護の視点によるキャンペーンや各種イベントの実施、募金・寄付や収益還元によるシカの保護活動への貢献など、今後の展開に大きな期待が寄せられている。

街路拡幅事業に伴い、新しい街路灯の設置、街路樹の植栽、ポラード等のデザイン化などの修景整備も進められることから、これらのハードとソフトとを連動させて、歩行者、特に「母と子」に優しく、賑わいのあるメインストリートづくりを進めていくこととなる。

モニュメントの設置は決定したが、街路事業の進捗を待っているのは実現がいつになるかわからない。そこで「シカの白ちゃん」のキャラクター化による認識・普及を先行させることとし、イメージ戦略に取り組む「シカの白ちゃんプロジェクト」がスタートした。

● 事業概要

「シカの白ちゃん」のキャラクターデザインを決定し、商店街活動の中で活用していくために、広報プランナーや中小企業診断士など専門家を加えた実行委員会を組成し、平成22年9月15日を締切としてデザイン



953点の中から新たな三条通にふさわしい「白ちゃん」を選び出す

の全国公募を行った。応募総数953点の作品を審査して8点の候補を選考し、さらに絞り込んだ3点の作品について、奈良県知的所有権センター（発明協会奈良支部）が意匠調査を実施した上で理事会にも諮り、10月28日、大阪府豊中市のグラフィックデザイナーからの応募作品を最優秀作品に決定した。

- ◎所在地：JR奈良駅の東、近鉄奈良駅や奈良公園、世界遺産の古社寺につながる春日参道・三条通沿い
- ◎店舗数：90店舗
- ◎振興組合員数：89人
- ◎関連URL：<http://www.nara-sanjo.jp/>

商店街発 地域育成型わがまちスポーツがつなぐ賑わいづくり

「ワッショイ! ヤカーリング!」

少子高齢化、安全・安心、
低炭素社会構築・環境・
リサイクル、生産性向上

大阪府大阪市

三津屋
商店街振興組合

身近な素材で多様な世代や団体が交流できる、
商店街環境にもフィットしたオリジナル・ローカル・
ゲームスポーツを発信する



あらゆる世代が興じ、交流できるゲームスポーツ「ヤカーリング」

● 社会的課題

神崎川駅前から南方に伸びる三津屋商店街は、古くから工場や中小企業、住宅などが立地する地域の中心であるため、平日は通勤通学の人の通りのほか、デイサービス利用の高齢者、パート帰りの主婦層などの利用が目立つ。一般車両の通行が制限されたアーケード街は、子どもや高齢者等を見守る昔ながらのコミュニティが息づく安全・安心なまちだ。

その一方で、古い長屋などの建替えや駐車場化などで人口減少・高齢化が進み、新しい居住者は駅前の飲食店

やコンビニ程度しか商店街を必要としていない。個店の世代交代が進まず、不在家主が発生するなど、空き店舗の活用交渉もままならなくなってきている。

● 経緯

大阪・梅田や神戸・三ノ宮などに出やすく、新大阪や十三などに自転車でも行ける利便性の高さから、商店街の客足は日曜・祝日に激減する。生鮮食品等はまだしも、買回品の業種には深刻な問題である。このままでは店舗減少が続き、客足はさらに遠のいてしまう。

そこで商店街では、300円ごとに10円分の金券「福券」の進呈、和菓子づくり体験教室やフリーマーケット、小学校の協力による「かまぼこ板レース」（樋に水を流し、ゴム動力スクリューを取り付けた船で競争）の開催など、魅力づくりに積極的に取り組んできた。

人気のイベントは「止めるのだけはやめよう」と継続してきたが、スクリューの製造が中止となり、好評だった「かまぼこ板レース」は開催できなくなる。頭を悩ませていた平成18年の冬、トリノオリンピック開催中のこの時期に、理事の一人が閃く。事務所に放置された8リットルの大きなやかん、チーム青森の活躍で脚光を浴びていたカーリング、この二つが結びついた。セメントを流し込んだやかんの底にキャスターを付け、細長い商店街に手作りコートを用意して「ヤカーリング」と命名したゲームスポーツを生み出したのだ。

「三津屋の日」（3月28日）と「みつやどんたく」（8月下旬）に合わせて開催してきた「ヤカーリング世界大会」は、回を重ねるごとに認知・注目されていく。ゲーム性と軽微



やかんのトロフィーを贈呈

な運動性から介護施設でも導入され、全国の商店街や団体などから問い合わせが来る。各地のイベントにも招待され、ヤカーリングは交流のツールとして成長していった。

● 事業概要

商店街を利用しない人にも出て来てもらう、商店街や店舗を知ってもらうきっかけにしようとしたヤカーリングだが、資機材はもともとの手作り工作の延長のようなものを使用し続けていた。人気が出てきた今、そろそろ次の段階へと進むべき時期だった。

本事業では、的やコースの規格を改めて見直して公式ルールブックを作成。断熱用発泡ボードに合板を貼ったコート、競技用やかんなど、資機材をメンテナンスしたほ



張り手のやかんを製作し、クイズや神輿などで活用

導入了。平成22年8月26日～28日、4回目となる「子ども大会」、夏期だけ実施する「ファミリー大会」、そして8回目を迎える「世界大会」（決勝大会）が商店街中央部の特設会場で開催され、どんたくの賑わいと合わせて、これまで以上に内容の濃いイベントとなった。

● 事業の成果

ヤカーリング参加チームは62組で、京都・徳島・兵庫な

どからも商店街・ボランティア団体・PTAのチームの参加があった。地元企業からは参加賞や記念品の提供のほか、社員チームの参加もあり、広域・地域のつながりはさらに強まった。ヤカーリング全体の来場者は、応援する家族や仲間も含めて600名程度で、待ち時間に買い物等をする姿も見られた。

来場者は「やかん神輿」の完成度の高さに驚嘆し、幼児と家族、小学生など400名を越える人たちが2日間の巡行に参加した。やかんの口からの湯気をドライアイスで演出した効果は圧巻で、写真撮影のために皆が興奮。商店街に新たなシンボルがまた一つ加わった。

個店側からは、ヤカーリングにちなんだ饅頭や定食の販売、参加者への緑茶の振る舞い、店頭でのサービスなど、自主的な取り組みが出てきた。参加した小学生から店員への声かけが増え、客との会話が生まれるなど、コミュニケーションが一層深まることとなった。

● 今後の課題

駅前では約650世帯分の大型マンションの建設が着工し、駅近の一部では入居者を見込んだ飲食店等の進出も見られるが、駅から離れた立地条件下では、仕舞屋や空き店舗が目立ったまま。だが、商店街に人が集まり交流する魅力、新しい住民がまちに馴染める仕掛けとして、スポーツコミュニケーションの有効性は実証された。

現在、理事や若手グループたちは、地域商店街活性化法の認定を目指して勉強中だが、次につながるきっかけが見えてきている。ヤカーリングが3R可能な素材を使った環境に優しいゲームスポーツであるように、地域に今あるものを掘り起こし、良いところを伸ばしていく。それと同時に、若手を中心に新しいことを始め、この二つの方向性がかみ合って、今後のまちづくりをけん引していく。

◎ 所在地：大阪府淀川区に位置し、阪急神崎川駅
から南へ約550mの長さを持つ商店街
◎ 店舗数：130店舗
◎ 振興組合員数：67人
◎ 関連URL：<http://www.mitsuya.ne.jp/>

無線LANとITの活用による地域及び商店街活性化事業

兵庫県尼崎市

尼崎中央4丁目 商店街振興組合

インターネット世代を商店街へ呼び込み、商店街と地域のつながりを強化するためITを活用



インターネット活用講座を受講する商店街組合員ら

● 社会的課題

尼崎中央4丁目商店街は市内の商店街の中でも最も賑わっている商店街である。しかし、1995年の阪神淡路大震災や2000年の大店法改正の影響を受け、急速に賑わいが失われつつある。店舗経営者の高齢化や後継者不足を理由に事業をたたみ店舗を賃貸する例も増えている。新しく入居する経営者は商店街全体への活動意欲は希薄であること、賃貸料の高さから店舗の入れ替わりが多いことも、商店街全体の連携を希薄にしている要因である。

商店街の外に目を向けると地域住民の高齢化が進んでおり、若年層の新規顧客獲得を図らなければ、商店街の衰退につながってしまう状況である。一方で、商店街の南側には江戸時代初期からの寺町があり、有数の文化的資産が集積している。商店街への顧客の回遊性を高めるために、これら有効な地域資源の活用も検討されなければならない。

● 経緯

商店街がターゲットとしている新規顧客は10代後半～40代の若年層が中心である。彼らの主な情報源はインターネットであることを踏まえ、インターネットで商店街情報を継続的に発信していく仕組みを持つことは大変重要になってくる。当商店街が重視しているのは「何かをしつらおしまい」ではなく、「今後につながる仕組みづくり・スキル向上」である。ITスキルを得ることができれば、商店街レベルでも個人レベルでも、ホームページ更新や新たな販売促進プランの作成に取組むことができるようになり、新たな販促手法の活用が図られる。そういった経緯から、IT活用に主軸を置いた事業を行うことになった。

● 事業概要

まず、商店街の組合員を対象としてインターネット活用講座を3回開催した。PCに精通した地元の人を講師にし、受講用PCは地域PTAの協力をもとに調達した。講座内容は、商店街のツイッター活用事例、ツイッター/ブログの実施・活用方法、動画コンテンツ制作および投稿方法、スカイプの利用方法で、1回の講座で完結して学べるようにした。延べ30人程度が受講し「無料でこれほど充実した講座を受けられるとは」と大変好評であった。また、ホームページリニューアルを機会に、商店街の全商店にメールアドレスとツイッターアカウントなどの有無を確認した。メールアドレスを持っていない店舗にはG-mailのアカウントを取得、その上で各店舗にツイッターアカウントを作成した。



Wi-Fiを活用した動画配信

この講座受講後、参加店舗がツイッターを開始するようになり、続いて、動画CMも店舗と地域との協働で25店舗が作成し、商店街ホームページから閲覧できるようになった。また、この店舗のツイッターへの注目度を高めて、販売促進へつなげるために、尼崎の産品・名所を紹介する冊子「尼崎一家の旅」のキャラクターの1人である「尼崎昭和(かすあき)」を登場させて各店舗のツイッターでつぶやくようにしている。

商店街全体のインターネット環境の整備にも取組んだ。携帯電話会社から無線LANアクセスポイントの無償提供を受けて商店街3箇所に設置した。商店街全体でスマートフォン等を使用して、無線LAN経由でインターネットにアクセスできる環境を構築し、Wi-Fi商店街としてアピールしている。土日には、商店街の空き店舗スペースに椅子とテーブルを配置し、スマートフォンカフェとして解放している。ツイッターやiPadの操作の分かるスマートフォンカフェに集まり休憩する人々



iPadを活用した寺町と連携しての取組みとして、平成23年2月27日に商店街・寺町ツアーが実施された。地元ボランティアのガイドが商店街南側にある七福神にちなんだ寺町7社寺の案内を行った。案内時にiPadを携帯

し、主なお店の前で動画CMをチェックし、実際の店舗と見比べながらツアーを楽しむ趣向である。

● 事業の成果

各店舗のツイッターについては、飲食店を中心に30～40代の女性客から「ツイッターを見た」との反応が出てきている。また、服飾やアクセサリーの店舗でも、若い女性客から動画CMへの反応が出てきている。このように、ツイッターでつぶやいた商品については、買い物客から「ツイッターを見た」という反応があり、売れ行き増加への好感触を感じている店舗が多い。若年層を中心とした新規顧客の開拓に、確かな手ごたえを感じることができている。

連携の強化も大きな成果である。インターネット活用講座や動画CM作成では、地域PTAや近隣の大学生との連携も生まれ、若い世代で地域商業の活性化に興味のある人との繋がりができた。周辺寺社のなかにも地域活性化への協力に前向きな寺社があることがわかった。商店街内では、旧来から営業している店舗と、比較的新しく営業を始めた店舗の交流が生まれてきている。

● 今後の課題

今後は、当事業を商店街全体の取組みへ波及させ、継続させていくことが課題である。例えば、動画CM作成は今回25店舗が参加したが、これは全体の約3割に相当する。まだ店舗によって温度差はあるが、事業が進むに連れて前向きな関心を示す店舗も増えており、改善は進んでいると言える。

ITは、継続的に利用しなければ、すぐにスキルが低下してしまうので、定期的に当事業のツールを活用した企画を立案・実施していくことが課題だろう。

◎ 所在地：阪神電車「尼崎駅」より約300m。
北口より中央公園を西へ抜けて徒歩約4分
◎ 店舗数：49店舗
◎ 振興組合員数：52人
◎ 関連URL：<http://www.genki.or.jp/>

生産者と消費者をむすぶ若桜往来の収穫祭『ごちそうマルシェ』

少子高齢化、地域資源・農工商連携、生産性向上

鳥取県鳥取市

若桜街道
商店街振興組合

高齢者と交通弱者の買い物利便性の向上のために、中心市街地では手に入りにくい安心安全な地域の農産品やオリジナル商品などを提供



若桜往来の収穫祭・ごちそうマルシェ会場の賑わい

● 社会的課題

若桜街道商店街は、鳥取市の中心市街地にある商店街である。当商店街は買回り品（ファッション、呉服など）の店舗が多いという特徴がある一方で、生鮮三品（野菜・精肉・鮮魚）を扱う店舗や飲食店が少なくなっている。足元商圏である半径500m圏は特に高齢化が進んでおり、高齢者が日常的に便利に買い物できる食品スーパー機能が欠落している、“食の砂漠化”と言われるエリアが当商店街の北東側に発生している。高齢者や交通弱者への生活支援として、買い物利便性の向上が課題となっていた。

● 経緯

当商店街は地域コミュニティにおける商店街の地位（存在価値）を向上させる取組みを継続して行っている。平成23年度実現を目標とした、農工商連携による買い物弱者対策としての「コミュニティ・マルシェ」や、少子高齢化対策等の取組みを推進している。これらは「平成21年度

商店街におけるコミュニティ・生活提案型の活性化モデル事業」に選定されている。

実践活動事業の「若桜往来の収穫祭『ごちそうマルシェ』」は、このモデル事業の取組み成果である「コミュニティ・マルシェ」の実店舗設置を目指す実証実験として、位置付けられたイベントである。ちなみに、若桜往来とは、鳥取県東南部に位置する若桜町、八頭町がある地域のことで、当商店街とゆかりのある地域である。

● 事業概要

イベントでは、若桜往来の農家、畜産、製菓などの14の生産者団体の食品や、生産者団体と商店街の女性会が連携して新たに開発した地域密着型オリジナル商品を販売した。

若桜往来の食品は、どれも地域のこだわりの品々で、生産量も少なく大変人気が高いが、どれも入手が難しい貴重な品々ばかりである。一例を挙げると、広留野大根（若桜町諸鹿）、こだわりポーク（若桜町吉川）、西条柿（八頭町大門）、大刀豆茶（八頭町宮谷）などでどれもが逸品である。このような食品の出品は、振興組合の理事長と理事長が、若桜町、八頭町のそれぞれの町長に直接協力を要請したことにより実現したものである。

地域密着型オリジナル商品は、開発期間に約3ヶ月をかけ、5つの商品を開発した。すい豚汁、梨ワッフル、若桜往来（米粉と長芋の生地に野菜と魚のホンモロコを包んだもの）、砂丘焼（お好み焼き）、米粉のおやきの5品である。管理栄養士で食文化研究者である専門家のアドバイスを受け、いずれも自分たちの目で確かめた若桜往来の農水産物を用いたものである。商店街の女性会が



若桜町水ノ山より、樹氷だんご。売り場もお洒落に

中心となって、中山間地域と連携して開発に取り組み、アトピーに良い米粉に着目するなど、女性ならではの細かい健康配慮の観点も取り入れた食品が完成した。

● 事業の成果

イベントは平成22年10月22日（金）・23日（土）の2日間に亘って開催され、開場前から人々が行列をつくった。初日は平日ということもあり年配の人々が中心に訪れ、2日目にはファミリーの来場者も目立った。2日目は近隣地域で他のイベントが開催されていたにも関わらず、初日のクチコミやマスコミ報道の効果なども手伝って1,300名以上の来場者があった。商品の珍しさもあり、予想以上の遠方からの来場者も多く見られたようである。2日間で目標の1,600人を上回る延べ2,600人もの人々が来場し、大いに賑わいをみせた。



ごちそうを食べて、ほっと一息

若桜往来の食品の数々やオリジナル新商品は、イベント開始からわずか時間の間で品切れが続出するなど、予想を遥かに上回る大盛況であった。商品によっては2回転、3

回転するものもあり、急遽地元まで商品を取りに戻らざるをえない出店者も出た。

商店街をはじめ出店者のイベント関係者は「当初は本当に商品が売れるかどうか不安な気持ちの方が強かったぐらいなのに、まさかこれほど売れるとは考えてもいなかった。意外であった」と驚きを隠せない様子であった。若桜往来の食品はもともと生産量が少なく、普段手に入りにくい貴重なものであるため、地域住民の期待も高かったようである。オリジナル新商品も全て手作りであるため、残念ながらすべての来場者に商品を味わってもらうことができなかったが、商品の将来性という意味では、今後に向けて確かな手ごたえを掴むことができた。

ご馳走マルシェは「コミュニティ・マルシェ」の実店舗販売に向けた「旬」を提供する実証実験という観点からは、文句なしの大成功であったと言えるだろう。今回の成功を受けて、今後は実店舗販売に加えシーズン・マルシェとして、冬季を除く年3回の定期開催に発展する。

● 今後の課題

現在は、さらなる事業推進に向けた新しい拠点作りとして商店街内に協議会を設置する準備が進められている。協議会は、商店街、鳥取市、若桜町、八頭町、自治会、商品供給者らからなる組織となる予定である。

今後も農工商連携事業や買物弱者対策事業として継続的に取組みを推進する計画であり、地域ニーズの深堀りや業態開発、商品供給体制の構築などの課題解決を図っていく。この事業をきっかけとして、商店街のコミュニティ機能強化、商店街の役割の再認識、そして商店街の商売とは何かということを常に問い続け、地域の繁栄に貢献していきたいと考えている。

- ◎ 所在地：鳥取県鳥取市鳥取県庁に至る国道53号線沿い、約1キロ、徒歩約15分
- ◎ 店舗数：71店舗
- ◎ 振興組合員数：97人
- ◎ 関連URL：<http://www.chuokai-tottori.or.jp/wakasa21>

次世代ビジネスパーソン育成事業

山口県防府市

天神町銀座
商店街振興組合

地域とともに歩いていく商店街。高校生と商店街が同じ立場になって相互に教え合い・高め合う



日々の勉強の成果を活かして商品を実際に販売

● 社会的課題

天神町銀座商店街は、歴史ある防府天満宮と駅前開発の柱であるルルサスビルとの間をつなぐ、いわば歴史と未来を結ぶ防府市の中心に位置している。しかし、商店街でも組合員の高齢化・後継者難、また来街者減少による空き店舗の増加など、多くの問題を抱えている。そのなかで、地域活性化と地域の未来を担う次世代の人材育成を目的として、商店街と地元の商業高校が一体となって多くの取組みを実施している。

● 経緯

防商ホットショップは、防府商業高等学校の3年生が授業で学んだ知識を活かして、地域と密接に関わりながら、地域商店街の活性化を図る課題研究授業の名称である。この課題研究授業はすでに15年目に入っており、もともとは研究成果の発表の場として街中で物販を行うというものであった。その取組みを高校文化祭の発表にまで

拡大し、商店街を発表の場として提供・支援するようになったことが、現在の天神まちかどフェスタの始まりである。

● 事業概要

当事業は、商店街・地域と高校生の相互交流によって成り立つ商教連携と言える長期的な視点の取組みである。どのイベントも、地元の防府商業高等学校の生徒が、授業や所属するクラブ活動の特色を活かして活躍している。

天神まちかどフェスタは、防府商業高等学校の校内文化祭を当商店街内で実施するものである。7年前から継続して取組んでいるもので、平成22年で6回目の開催となった。第1学年から第3学年まで全校生徒約480名が参加し、模擬会社経営を通じて、授業で学んだ知識と実践の差を体験し学ぶことができる。内容は、商品の仕入から販売を行う「販売実習」と、集客のための「イベント企画」で構成され、ビジネス実践の色合いが強く出ている。基本的には、高校生らが自分たちで店舗の企画を考え、商品の並べ方やポップの書き方などに工夫を凝らす。

商店街は、高校生と対等の立場にあって、商売の実践的な支援やアドバイスを行うように務めている。商売環境を整えより実践的な場を提供するために、音響環境放送の整備や看板などの店舗装飾の整備なども、商店街が中心となって行った。

また、ほうふ昭和館を活用してのコミュニティイベントが同時に開催された。フェスタ当日には、商店街と高校生らが企画した、昔の商品販売方法でのバナナの叩き売り等

創業・ベンチャー、
地域資源・農工商連携、
生産性向上



天神まちかどフェスタ開催セレモニー

をほうふ昭和館店頭にて開催した。館内には、昭和30年代の様々な物品が地元から寄贈・展示され、誰もが見学できるようにになっている。また、高校生が地域のお年寄りに昔の生活のちよっとしたことや、現代との景観の違いなどをインタビューし、それを原稿にして掲示することにより、世代交流や文化継承のきっかけの場をつくりだしている。



昭和30年代を再現した、ほうふ昭和館

高校生が中心となって、商店街活動の広告作成や商品開発も行われた。おもしろ楽市は毎月第四日曜日に開催される明市で、地元地域にはない商材を、外部の団体を持ち込んで販売している。この楽市の広告を作成しているのは高校生である。印刷業界の標準的なソフトウェアを用いて、シリーズ化された4コマ漫画を描きイベント広告を作成している

かけに、知財勉強会も開催された。実際に、商店街を歩きながら、どのような対象物が権利保護される可能性があるかを学びきっかけとなった。この勉強会の応用として、高校生らが中心となって商品開発を行い、焼き芋、キーホルダー、飴玉など様々な商品が生まれている。

● 事業の成果

直接的な成果としては、防府商業高校の生徒とその家族や友人・知人が商店街を訪れることとなり、大きな賑わいを見せた。

しかし、より重要な成果としては、高校生が商品を買う楽しみ、売る楽しみを知ることであり、ビジネスに関心を持つことである。何より商店街での活動が思い出として深く刻まれ、地域への愛着が育つことである。当商店街はそれを何よりも重視しており、商売をするということが高校生の進路の選択肢の1つになればこれほど嬉しいことはないと考えている。

一方、商店街の組合員も高校生と行事に取組むことで、高校生から新たな発見を得られることが多いという。多くの商店街が不況に慣れきってしまい、店舗経営者らは昔の商店街に熱気があった時代の、商売の原点を忘れてしまっていることも多い。その原点を思い出させてくれるのが、高校生と取組むこのイベントなのである。

● 今後の課題

今後とも商教連携の取組みを強力に推進していく。商店街単独ではもはや生き残りは不可能という認識を持ち、市や商工会議所、教育機関、商店街が一体となって集客や行事への参加を行い、地域住民へ商店街の存在をアピールしていく。そのとき連携の中心となるのは地域コミュニティの中核である商店街である。天神まちかどフェスタには、普通高校や専門学校などからも見学や問合せが相次いでいる。学校行事とフェスタの時期との兼ね合いなど、解決しなければならない課題は多いが、いつの日か地元地域から大企業家が輩出されることを願って、挑戦が続く。

- ◎ 所在地：JR防府駅から徳山方面へ約700m、徒歩約8分
- ◎ 店舗数：37店舗
- ◎ 振興組合員数：37人
- ◎ 関連URL：<http://www.h-c.or.jp/ginza>

カーニバルてんじんばし

高知県四万十市

天神橋商店街 振興組合

生まれ育った地域の歴史と文化を子供たちに伝え、楽しく遊んだ思い出をつくってもらう商店街の夏のお祭り



大変な盛り上がりを見せたアームレスリング決勝戦!

● 社会的課題

天神橋商店街は高知県西部の中核都市四万十市の中心にある。少子高齢化の進展に伴い市の人口は20年間で4,000人減少し約36,000人、高齢化比率は28.8%となっている。一方で、道路環境の整備に伴う大型商業施設の出店は増加しており、市全体の売り場面積に占める大型商業施設の比率は57.6%にのぼる。

このような環境変化を受け、通行量の減少や空き店舗の増加など、当商店街は厳しい状況にある。そのなかで、地域住民の生活基盤、地域と共生し人・文化・情報の交流を促進する地域コミュニティとして、商店街機能は維持・強化されなければならないという課題認識を持っている。

● 経緯

当商店街がある四万十市は、室町時代の終わりに京都の公家「一條氏」が応仁の乱の戦火を逃れてこの地へ下向し、京さながらの街並みをつくったことで「土佐の小京

郡中村」として知られている。商店街周辺には土佐一條家第二第房冬の正室であった「玉姫」にまつわる逸話が伝わっている。商店街女性部が中心となって、これらの貴重な逸話を集め再構成し、人々に親しみ易い玉姫様の物語がつけられた。これをきっかけに、子供や若者にも当地の歴史や文化に関心を持ってもらい、高齢者、ファミリーなど多様な世代が交流し、歴史と文化を学ぶ場の提供を本事業により行うこととなった。

● 事業概要

平成22年7月17日(土)・24日(土)に開催された「カーニバルてんじんばし」は四万十市で一番楽しい夏の夜のイベントを目指しており、特に子供や若者に関心をもってもらい、商店街に足を運んでもらえるようにする催しが多いことが特徴である。

子供向けのイベントである「玉姫さまのおはなし」の紙芝居読み聞かせは、四万十市商店街振興組合連合会女性部の協力を得て開催された。女性部は、当商店街の他、一条通商店街、京町商店街など隣接する6商店街のメンバー約20名で構成されており、玉姫様を地域資源として活用するため、また、個店の活性化につなげるため、3年前から当地に伝わる逸話を研究している。紙芝居は、地元の歴史研究者や一條神社(当商店街に隣接)の宮司などの協力を得て制作したものである。次の世代の子供たちに、商店街で遊んだ思い出を作ってもらうことや、生まれ育った地域の歴史を知ってもらうという目的で実施された。

楽しいイベントを通じて、地域の人々が交流を深め



玉姫様の物語の紙芝居を読み聞かせる女性会メンバー

るきっかけ作りも行われた。例えば、地域の高等学校や中学校の軽音楽部と連携して、ミニストリートライブが開催された。この企画は、近隣の他のイベントで、たまたま関係者同士が知り合ったことをきっかけに形となっていた。

イベントの運営企画会社の紹介で、大道芸人によるストリートライブも披露され、子供たちを喜ばせることができた。また、高知県出身で、アームレスリング世界大会銀メダリストの川村美加氏が商店街にやってくることになり、地元出身の16名が参加するアームレスリング大会が開催された。性別や年齢を問わず誰でも参加可能で、勝ち上がると川村氏と対戦することもできる。ちなみに、優勝は商店街の地元出身の男性がさらい、このイベントは大変な盛り上がりを見せた。



藤家の金つば実演販売

地産地消や食育について普及啓発をねらい、四万十市商工観光課、中村菓子パン組合と連携して、地元の四万十川でとれた食材を使用したお菓子の試食・販売会も実施された。組合員からは2店舗が参加した。青さのりを使用

したせんべいや、藤家の金つばの実演販売が好評であった。

● 事業の成果

イベントにおける来街者数は、当初目標としていた1日当たり800名を大きく上回る、2日間延べ2,400名もの人々が訪れた。次世代への地域文化・歴史の承継を目的とした玉姫様の紙芝居にも約100名もの子供たちが話に聞き入った。イベントを通じて、子供たちや若者を中心に商店街での楽しい思い出ができて、商店街の存在そのものや役割をアピールすることができたことは大きな成果であると考えられる。

今回のイベント実施にあたって、商店街の組合員と話をしていくうちに、商店街や地域の活性化のために色々協力したい、と考えている人も多くいることが分かった。また、イベントをきっかけとして、行政や関係団体などの連携先との協力関係もより一層緊密になり、四万十市からの様々な協力も増えた。こういった地域活性化へ向けた取組みをさらに推進していくための下地ができたことは大きな成果と言えるだろう。

● 今後の課題

いま、当商店街では「10年後、地域の人々に必要とされる町であるためには商店街は何をすべきか?」というテーマで、組合員、女性会、理事らがメンバーとなり「将来構想を考える委員会」を立ち上げ議論が続いている。例えば、商店街に自動車を通すか否か、アーケードは必要か否か、といった問題、歴史的な建造物の有効活用など、様々なテーマで話し合いを行っている。

メンバーの地域活性化へ向けた思いは大変強い。思いやりのある町というコンセプトでベクトルを合わせ、本当に地域住民に喜ばれる商店街を目指して取組みを続けていく。

- ◎ 所在地: 土佐くろしお鉄道中村駅から北西へ約1.6キロ、徒歩約20分
- ◎ 店舗数: 37店舗
- ◎ 振興組合員数: 36人
- ◎ 関連URL: 未登録

地域に貢献する「新たな天神商店街」のサービス構築事業

福岡県北九州市

天神商店街 振興組合

地元で生活を続ける高齢者の、日々の買い物を支援する宅配サービスの充実化と地域へのPRイベント



九州各地の特産品販売コーナーで商品を選ぶ

● 社会的課題

北九州市戸畑区は、高度経済成長期に工業都市として発展してきた経緯があり、なかでも天神商店街がある天神地区は豊かな住宅街を形成しており、人口密度も比較的高い。近年は複合大型商業施設の相次ぐ出店にともない、地域住民の消費が郊外に流出した。その結果、本来商業機能を担うべき商店街からも転・廃業が相次いだ。特に、日常の食生活を支える生鮮食品の店舗が不足し、郊外の商業施設にまで買い物に行くことが困難である高齢者にとって、買い物環境は極めて悪化していると言わざるを得ない。

当地域は高齢化率が60%以上と高く、高齢者の買い物支援サービスの高度化を図ることと、かつての賑わ

いを取り戻し、地域住民のコミュニティとしての商店街機能の強化が喫緊の課題となっている。

● 経緯

当商店街では、平成9年より北九州市から委託を受けたことをきっかけに、商店街の生鮮食料品や飲食店の協力のもと、高齢者向けの福祉訪問給食サービスを実施してきた。現在も、独居老人や老夫婦世帯などに、夕食の弁当を宅配するサービスを継続している。

こういった高齢者向けの宅配サービスの拡充策として、平成22年8月より、商店街で買い物した商品を自宅まで届ける「天神直行便」、電話1本で買い物代行し商品を届ける「天神お届け便」を実施している。その他には生活支援事業として、高所電球交換や水廻りの補修といった日常生活のちょっとしたことのお手伝いとして「よろず相談」サービスも実施している。これらは、サービス理念に賛同した組合員の協力で行われている。受注業務は商店街振興組合が一手に引き受け、宅配は組合員が行っている。

地元の高齢者は、介護ヘルパーの紹介を通じて、実際にサービスを受けるようになることが多い。現在の利用件数はまだ少ないが、一度サービスを利用した人からは大変好評であり、商圏から郊外の山の手へ引越してしまった住民からも、継続してサービスを利用したい意向が寄せられている。宅配サービスのさらなる地域へのPRと浸透のきっかけとして、各種イベント開催に実践活動事業が活用されることとなった。

● 事業概要

平成22年9月18日(土)には、「九州のムラ市場が



節分豆まき大会には多くの人々が訪れた

やってくる!!」というキャッチコピーで、九州各地の特産品販売コーナーが商店街内の空きスペース内に設置された。単なる集客イベントではなく、生鮮食料品店が不足している現状を踏まえ、スーパー機能の確保を目的とした、新たな店舗の誘致のきっかけとしての実験販売という位置付けである。

この実験販売は、九州の産直商品を専門に取り扱う「株式会社九州のムラ市場」によって集められた企業と連携して行われた。普段の商店街では入手できない枕崎のマグロの旨煮、大分のゆずこしょう、宮崎の栗きんとん、阿蘇高菜漬けなどが販売された。また、イベント当日には、敬老の日のセールとして、地域老人会で事前に配布されたお赤飯引換券との引き換えで、お赤飯と天神スタンププレゼント券が配布された。

平成23年1月29日(土)には、地域の高齢者と子



緊張の瞬間ビンゴゲーム大会

供の交流イベントとして節分豆まき大会が実施された。この交流イベントは地元の老人会、小学校、幼稚園、婦人会といった地域有志との連携によって開催され、地元では定着しているイベントである。

この節分豆まき大会に先立って、節分豆まきセールが実施された。店舗で買い物すると店印がもらえ、それを5つ集めるとビンゴカードがもらえる。すると、節分豆まき大会当日に開催されたビンゴゲーム大会に参加できるようになる。

● 事業の成果

イベント当日は多くの人々で賑わいを見せた。普段の1日の通行量が約250名程度に対して、昨年9月18日(土)の産直品販売イベントでは、実に普段の8倍相当の約2,000人が来街した。1月29日(土)の節分豆まきイベントでも、商店街は多くの人々で賑わい、改めて天神商店街の存在がアピールされた。

商店街で人々が賑わうことで、組合員店舗にも前向きに物事を考えるようになる人が増え、外部から応援に駆けつけた出店者の姿勢に刺激を受ける店舗も始めている。

● 今後の課題

高齢者が増加の一途を迎えるなかで、天神商店街では早くも10年後を見据えた構想を模索している。10年後には、現在の団塊の世代と言われる人々が75歳以上の後期高齢者となっていく。団塊の世代はインターネットを使いこなせる世代であり、彼らは買い物困難者となる年齢までには、インターネット環境を整備して買い物支援体制を整えたいという考えを持っている。そのためには、商店街組織での買い物支援の専従体制の構築や、財源の確保など、解決すべき課題は多い。

- ◎ 所在地: JR九州工大前駅より南西へ約2キロ
- ◎ 店舗数: 60店舗
- ◎ 振興組合員数: 56人
- ◎ 関連URL: 未登録

健軍・農村地域間交流フェスティバル&健康フェア

少子高齢化、環境・リサイクル、地域資源・農工商連携

熊本県熊本市
健軍商店街
振興組合

医・商連携を柱に生活密着型のフェスティバルを開催。商店街という枠にとらわれない幅広い連携で地域全体の活性化を目指す



大勢の人で賑わいを見せる健軍商店街

●社会的課題

健軍商店街周辺は、商店街の北側入口に熊本市の市電終着駅(健軍町駅)があり、近隣には動植物園・文化ホール・医療機関・福祉事業所が点在し、生活の場としてのポテンシャルは非常に高い。一方で、戦後この地区に転居してきた住民の高齢化の進展(熊本市高齢化率より約6%高い)、大型商業施設の進出等の買い物環境の変化、それに伴う空き店舗と書店等の不足業種の増加、住民が集う場所としての商店街および周辺の公共コミュニティ不足といった様々な問題に直面している。

●経緯

当商店街は、これまでも賑わい創出に向けて様々なテーマでフェスティバルを開催してきた。フェスティバルというアイデア自体は、組合員が参加する研究会の

なかで、地元地域に“祭り”という要素が不足しているのではないかと、という認識から出てきたものである。平成19年より、国際交流、文化交流と、社会環境変化に合わせてテーマも変遷し、最近ではより生活密着型・地域住民参加型にテーマがシフトし、「健軍・農村地域間交流フェスティバル&健康フェア」と銘付った、地域総合力による次世代型まちづくりの一環としてフェスティバルを開催している。

フェスティバルの柱となるコンセプトは医・商連携である。医とは、地元の医師会、看護協会、保育ビジネス専門学校などの医療・福祉・子育て機関を指し、商とは、商店街を指す。平成21年10月より「心身の健康交流」をキーワードとして、地域住民の健康や子育てに関する本の閲覧・貸出・健康相談などを中心に実施する、「よって館ね」を運営している。運営には商店街の組合員に加え、地元医療機関を退職した看護師など5名も参加している。このような既存の取組みがすでに下地にあるので、フェスティバルは決して1回限りのものではなく、そのサービス効果が地域住民に継続的に提供されるようになっている。

●事業概要

フェスティバルのイベント企画立案および推進は、商店街の青年部や女性部の8名が中心となって行った。40代が活動の中心であり、なかには30代の若手もいる。専門家への委託は行わず、組合員が中心となって、知恵や必要物資を出し合いイベントを実施した。

フェスティバルの1つの目玉は、都市・農村・漁村との



健康フェアで相談コーナー「まちの保健室」

連携による地産地消イベントである。食の文化発信という目的も兼ねて、商店街周辺地域のみではなく、県内全域から生産者団体や朝市団体がイベントに駆けつけるといった特徴がある。新鮮な農産物、魚介類、加工品などのワゴンセールが、商店街アケード内で行われた。また、単なる物販に留まらず、熊本県栄養士会から専門の栄養士が招かれ、健康維持が図られるような工夫がなされた。住民自らが日々の食生活を考える習慣、食に関する様々な知識、食の判断力を楽しく身につけられるよう、食育のイベントが同時に開催された。

もう1つの目玉は、健康フェアの実施である。熊本県や熊本市の医師会、歯科医師会、薬剤師会、看護協会、栄養士会、地域包括支援センターなど、様々な医療・福祉プロフェッショナルが駆けつけた。そして、フェスティバル来訪者の健康相談、歯科相談、お薬相談、介護相談など、幅広い健康相談ニーズへの対応が図られた。

環境問題への取組みとして、家庭や事業所などで使用



バイオディーゼル精製のための廃食油の回収

した後の廃食油を回収し、精製機でのバイオディーゼル燃料精製の実演を行った。この取組みはエコ農業協力事業として、山都地域バイオ燃料協議会と連携して実施し、来街者へ廃食油の回収協力をアピールした。バイオディーゼル燃料は軽油代替燃料として、トラクターなどの農機具に使用されるものである。

●事業の成果

フェスティバルは平成22年11月20日(土)・21日(日)の2日間に亘って開催された。その結果、2日間で延べ3万人の人々が商店街を訪れた。ここ数年継続して11月中旬に定期的にフェスティバルを開催していることで、11月は健軍商店街のフェスティバルの季節、という意識が地域住民にも浸透しており、健軍商店街の存在自体を大きくアピールすることに繋がっている。そして、商店街は地域にとって必要不可欠である、という考え方が住民の間に広がっていく。

また、フェスティバルに参加するための資格といった垣根を設けず、熊本県内の様々な団体と連携し、仕事とともに進めるなかで、新たな連携のきっかけや団体間の交流が盛んになっている。健軍商店街が他地域のイベントにしばしば出向くこともあり、連携の引き合いが増えていることも、商店街のアピールになっている。

●今後の課題

今後は地元地域や商店街といった枠にとらわれず、街全体の活性化を目指すという意識のもとに、実のある連携を増やし、さらに県外の団体との連携、全国の商店街との商・商連携などに繋げていきたい意向を持っている。各地域がお互いに持っていないものを相互に提供し合うことで、地域住民へのサービス提供を充実させていきたいと考えている。

- ◎所在地: 熊本市電の終点「健軍町駅」下車すぐ
(熊本市内から約30~40分)
- ◎店舗数: 60店舗
- ◎振興組合員数: 60人
- ◎関連URL: <http://www1.ocn.ne.jp/~kengun/>