



## はじめに

商店街実践活動事業は、地域経済を担う商店街が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推進するための取り組みを支援することにより、商店街の活性化、消費の促進を図るため国庫補助事業として平成22年度よりスタートしました。

平成23年度においては、これらに加えて東日本大震災からの一日も早い商店街の復興を期して商店街復旧事業の支援も展開しました。

本事業では災害復旧事業114件、昨年度同様の事業が209件をそれぞれ採択し、全国各地で様々な取り組みが繰り広げられたところです。

本事例集はこの多様な取り組みの中から、震災復興に対応する商店街や、多様な関係者の係わりの中で課題解決を目指す商店街など、これからの参考となる事例や好評な事例等を情報提供することにより、商店街実践活動事業の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。

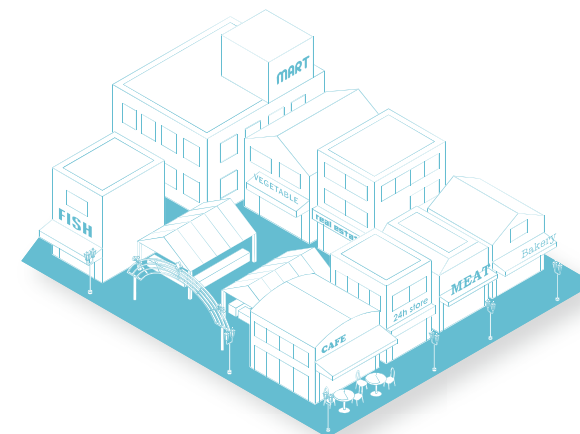
被災地における復旧・復興をはじめ、多くの商店街が地域の社会的課題解決に向けて前進していくためのきっかけになることを切に願っております。

平成24年3月

全国商店街振興組合連合会

平成23年度

## 商店街実践活動事業 事例集



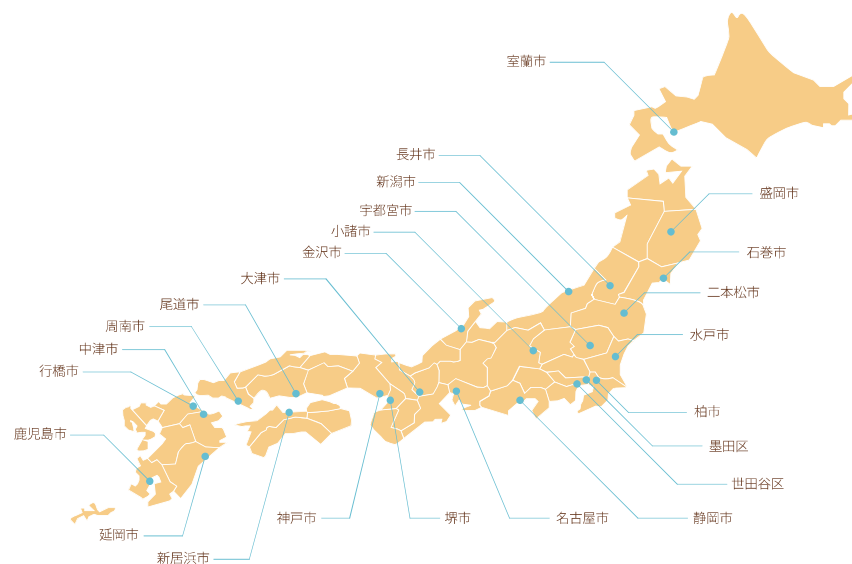


# 目次

北海道 室蘭市	商店街魅力アップ形成事業 <b>なかじま商店街振興組合</b>	1
岩手県 盛岡市	三陸～盛岡「絆」商店街 フレンドシップマーケット事業 ※ <b>盛岡市商店街連合会</b>	3
宮城県 石巻市	ことぶき町通り街路施設復旧事業 ※ <b>ことぶき町商店街</b>	5
山形県 長井市	5年後の街路整備完了を視野に入れた安全・安心のまちづくり <b>本町大通り商店街振興組合</b>	7
福島県 二本松市	本町おもしろ街やさし街復興活性化事業 ※ <b>二本松市本町銀座商店街振興組合</b>	9
茨城県 水戸市	コミュニティ施設修繕工事 ※ <b>南町二丁目商店街振興組合</b>	11
栃木県 宇都宮市	空き店舗活用による「地域資源活用・集客力向上」実証実験事業 <b>宇都宮オリオン通り商店街振興組合</b>	13
千葉県 柏市	ハウディモールアートプロジェクト2011「時を超えた魂の響き」 <b>柏駅前通り商店街振興組合</b>	15
東京都 世田谷区	下北沢大学 2011秋 文化祭 <b>しもきた商店街振興組合</b>	17
東京都 墨田区	被災地の学生が販売する被災地物産品販売イベント ※ <b>錦糸町商店街振興組合</b>	19
新潟県 新潟市	ペットボトルとキャップで冬のイルミネーションを! <b>万代シティ商工連合会商店街振興組合</b>	21
長野県 小諸市	相生町おしゃれ文化プロジェクト <b>小諸市相生町商店街振興組合</b>	23
静岡県 静岡市	「はじめてのしょうてんがい」事業 <b>清水駅前銀座商店街振興組合</b>	25
愛知県 名古屋市中区	商店街青年部による被災地商店街への支援事業 ※ <b>愛知県商店街振興組合連合会</b>	27
石川県 金沢市	高齢者と若者をつなぐハブ商店街 <b>横安江町商店街振興組合</b>	29
滋賀県 大津市	地元国立大学との商教連携による地域住民サポート事業 <b>石山商店街振興組合</b>	31
大阪府 堺市	子育てふれあいサロン「みっばら」 <b>美原本通り商店街振興組合</b>	33

兵庫県 神戸市	岡本・気仙沼 人と人をつなぐソーシャルメディア発信支援プロジェクト ※ <b>岡本商店街振興組合</b>	35
広島県 尾道市	尾道通りスノーパーク事業 <b>尾道通り日本陣・石畳地区商店街振興組合</b>	37
山口県 周南市	がんばっぺ! 福島from周南 ※ <b>徳山商店連合協同組合</b>	39
愛媛県 新居浜市	まちなか生鮮市場モデル開設事業 ※ <b>新居浜商店街連盟</b>	41
福岡県 行橋市	人にやさしい商店街づくり推進事業 <b>新美夜古商店街振興組合</b>	43
大分県 中津市	南部自由市場 復興市 ※ <b>中津市新博多町商店街振興組合</b>	45
宮崎県 延岡市	延岡えきまえ市場創設事業 <b>幸町商店街振興組合</b>	47
鹿児島県 鹿児島市	チャレンジ! 天文館にぎわい通り大学+オープンマーケット <b>天文館にぎわい通り商店街振興組合</b>	49

※ 印では、東日本大震災の被災地支援活動が行われました



# 商店街魅力アップ形成事業

## 高齢者や来街者に優しい商店街づくり

◎ 店舗数：45店舗  
◎ 組合員数：41人  
◎ 関連URL：—



北海道室蘭市

### なかじま商店街振興組合

所在地：JR 東室蘭駅から 800m

中心商店街を構成する 5 つの団体でコンソーシアムを組み、販促活動にも使える地区全体の統一マップの作成と、街歩きの拠点にもなるサロンを活かした情報発信やイベントに取り組む。



商店街連携の事務局兼コミュニティスペース



#### 【背景】

西胆振地方の中心商店街である中島地区の中でも「なかじま商店街」は、複数の大型店が立地、専門店が集積して発展した。しかし、新日鐵など大規模事業所の「鉄のまち」として成長し、ピーク時 18 万人程度だった室蘭市の人口は、10 万人を下回るほど激減し、高齢化率も高まっていく。また 1981 年から営業していた百貨店・丸井今井が 2010 年 1 月に閉店。一部のテナントは周辺に移り、跡地は家電量販店が進出したが、購買層の流出が顕著となっていた。

これは中島地区の他の商店街とも共通の問題であることから、2010 年 9 月、北海道庁か

らの事業受託を機に 4 振興組合と 1 任意団体による「中島商店会コンソーシアム」を発足し、自前の事業にも取り組み始めた。

#### 【経緯】

コンソーシアムは、空きビル 1 階に事務局と無料休憩所の「ふれあいサロンほとな〜る」を開設。丸井今井から譲られていた資機材で設備を充実すると共に、現地マネージャーの常駐、サポーター制度（個人や企業の寄付）など、運営体制の整備を進めた。以来この場所は商店街連携の最前線であり、街なかコミュニティスペースとして機能していく。

清潔なトイレ、会合や催事の開催、レンタルショーケースやチャレンジショップの他、「赤ちゃんの駅」としておむつ交換や授乳スペース、ミルク用のお湯なども提供する。随時機能を拡充しながら、利用者数は開設後 1 年間で延べ 1 万 2 千人を超えた。幼稚園児の送迎時の待ち合わせに活用されるなど、安全・安心の場としての認識も進んできた。

一方、企業城下町である室蘭は、転勤等での人口の社会増減が多い。近接する室蘭工業大学は大半が地方出身者である。つまり地域の生活者・消費者による商店街の認知度などは、リセットされるケースが生じるのだ。

約 750 名の新入学生向けに街なかのガイド

ンスが行われていることを知ったとき、機会喪失に気がついた。この新しい住民に街の説明もできず、来街促進の手も打てない。「来街者に優しい街」としての基本ツールの充実は必須だった。

#### 【事業の概要】

「来街者に優しい街」の第一歩として中島地区全体の「街歩きマップ」を 1 万部作成し、加盟店・ホテル・大学生などに配布した。A3 版三つ折りフルカラーで、約 250 か所の商店などをイラスト化し、イメージの伝わりやすさに配慮した。

2011 年 11 月 3 日～6 日には、マップ完成記念の「街歩きスタンプラリー」を開催。各商店街の加盟 5 店舗分のスタンプを集めた約 170 名がサロンでの抽選会に参加した。新日鐵の釜石製鉄所の縁から岩手県の特産品などを景品とし、同時開催の「被災地支援物産展」でも岩手県のアンテナショップから仕入れた名産品や東北の地酒などを販売した。

2011 年 10 月から翌年 3 月までの月 1 回、地域包括支援センターと連携して「ふれあいサロンお元気講座」を開催。介護・保健などの専門家による「認知症」をテーマとした講座を各回 30 名前後の高齢者が受講した。外出や街歩きは認知症予防にも資することから、商店街がその情報を発信する意義は大きい。



被災地支援物産展



こども薬局

2011 年 10 月 23 日には、北海道薬剤師会と連携して薬の効用や薬剤師の役割などを学ぶ「健康教室」を開催。お菓子で調剤を疑似体験する「こども薬局」も人気を博した。

また交通量の多い交差点に面するサロンは、安全・安心を訴える絶好の地として、師走の交通安全、飲酒運転根絶、街頭重点啓発の拠点となり、市長を交えた決起大会などで活動の効果拡大を促した。

#### 【事業の成果】

これまで活性化に対して商店街間での温度差は少なからずあったが、事業を通じて地区全体の統一感が育まれてきた。マップは街の案内だけでなく、ラリーなどを組み合わせれば効果的な販促ツールとなること、600 名もの買物客が訪れた物産展のように、省スペースでも販売イベントを開催できることが確認された。街全体とサロンを使うという単会だけではできないことをコンソーシアムとして進めるための素地が整った。

#### 【今後の課題】

「できることから始める」とスタートし、1 年 1 年積み重ねていくまちづくりの最初の一步を踏み出した今、地域商店街活性化法の認定を目指して事業計画の申請を行った（4 振興組合の連名）。今回の反省点も踏まえつつ、サロンの効果的な運営、一店逸品と組み合わせたスタンプラリーや街歩きツアーなどでの魅力の「見える化」、「学商連携」として学生の手によるマップや学生の居場所づくりなどを軸とした活性化に取り組んでいく予定である。

# 三陸～盛岡「絆」商店街 フレンドシップマーケット事業

## 被災した三陸沿岸企業と市内商店街の「絆」づくり



岩手県盛岡市

### 盛岡市商店街連合会

所在地: JR 盛岡駅から約 1.500m

被災した三陸沿岸の企業・商店に対し、盛岡市内での販売機会を提供すると共に、市内商店街の賑わいを創出し、市内商店街と被災地企業とのネットワークを形成する。

#### 【背景】

盛岡市商店街連合会（昭和 52 年「盛岡市小売商近代化協議会」として設立、昭和 63 年改称）には現在 34 団体が加入しており、積極的に共同事業（統一ステッカーの利用）や各種情報交換を行っている。しかしながら他都市同様、いずれの商店街においても売り上げや組合員の減少といった傾向が続いていた。

平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災によって、岩手県三陸沿岸部は非常に大きな傷を負った。内陸部である盛岡市も被害を受けたが、盛岡市商店街連合会の会員商店街においては、いち早く営業を再開し、地域の拠点として大きな役割を果たしてきた。

#### 【経緯】

震災後、市内の各商店街において被災地支援のイベントが数多く開催されているが、各商店街の予算にも限度があり、継続的な支援イベントの展開が厳しい状況となっている。

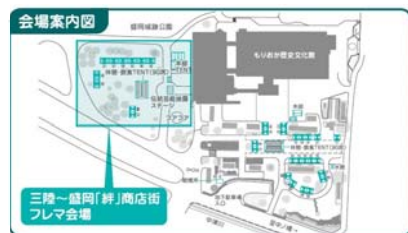
そこで、各商店街で開催される被災地支援イベントがスムーズに実施できるように、盛岡市商店街連合会が各商工会・商工会議所を通じて、被災地の企業とのネットワークを構築し、市内で開催される被災地支援イベントへの出店を呼びかける仕組みを構築することとした。

#### 【事業概要】

当初、被災地である三陸沿岸地域での支援イベント開催も検討されたが、被災地側で受入体制を構築することが困難な状況であること、また、盛岡市内商店街の賑わいを取り戻すことも必要であること等の様々な要因から、盛岡城跡公園芝生広場にて「三陸～盛岡『絆』商店街 フレンドシップマーケット（フレマ）」を平成 23 年 10 月 8 日と 9 日の 2 日間、開催することとなった。

フレマでは、沿岸企業と消費者間の“顔の見える交流”を行うことが今後の被災地支援により効果が期待されることから、特産品等の販売だけでなく、製造者を招待し交流を行うこととした。

さらに、盛岡市商店街連合会の会員に対して、三陸沿岸地区出店者の販売を支援するための販売ボランティアを募集した。



フレマの開催場所

- ◎ 店舗数 : 約 1,700 店舗
- ◎ 会員数 : 34 団体(盛岡市内の商店街組織が加盟)
- ◎ 関連 URL : <http://www.morioka-ma.com/>



フレマ開催の様子

#### 【事業の成果】

フレマには山田町や陸前高田市等を中心に合計 14 企業が出店し、2 日間で 241 万円を売り上げた。当日は好天にも恵まれ、延べ 8,275 人の来訪者があった。また、三陸沿岸からの避難被災者が、知人との再会を喜びながら近況を報告する姿が至る所で見られた。

なお、フレマの開催時に、盛岡城跡公園内でグルメイベント「盛岡広域商工団体復興応援観光・物産フェア」が同時開催されたことも集客につながった。

また、物販を支援する取り組みとしてスタンプラリーも開催された。3 店舗で買い物をすると「山田の醤油」がプレゼントされる仕組みであり、約 5 百人がプレゼントを受け取った。この醤油は、創業時には製造していた醤油を、震災を機に復活させたものであり、すでに一部の市内店舗でも取り扱いが開始されるようになっている。

販売を支援するための販売ボランティアとして、盛岡市商店街連合会の会員が 2 日間で延べ 16 人参加した。今まで取り扱ったことがない商品のレクチャーを受け、一生懸命に販売し、イベントを盛り上げるのに貢献していた。フレマ後、担当した企業の方との交流が

進み、「今度は是非自分の商店街で売りたい」という会話が聞かれた。

ステージでは、八木節（山田町）や南日詰太神楽（紫波町）、八幡鹿舞（山田町）、雁舞堂七福神（大槌町）、向川原虎舞（大槌町）、綾里大権現（大船渡市）等、三陸沿岸地区に伝わる伝統芸能等が披露された。津波によって太鼓などの舞台道具を失った団体もあったが、「盛岡さんさ踊り」の団体から太鼓を借りるなどの新たな交流も生まれる結果となった。



会場で披露された山田町の八幡鹿舞

#### 【今後の課題】

今後も被災地支援イベントを継続する予定であるが、幾つかの課題が浮き彫りとなった。

まず、被災地支援イベントは効果的であるが、被災地から団体を招くための交通費負担が大きな負担となる。今回は盛岡市被災商店街等販路拡大支援事業（来年度も継続予定）を活用したが、費用は大きな課題である。

また、盛岡市商店街連合会会員は「販売ボランティア」としてフレマに参加したが、イベントが開催される土・日・祝日は、自身の店舗営業もあることから、会員の負担にならないように、市民に対してボランティアを呼びかける等の検討も必要である。

# ことぶき町通り街路施設復旧事業

東日本大震災からの復旧・復興を目指して

◎ 店舗数 : 36店舗(震災前)  
◎ 会員数 : -  
◎ 関連URL : -



宮城県石巻市

## ことぶき町商店街

所在地: JR 石巻駅より南西へ 500m

東日本大震災により壊滅的な被害を受けた商店街の、コミュニティ道路と街路灯の復旧事業を実施。文字どおり街に希望の灯りを灯すことから、復興への第1歩を歩みだす。



東日本大震災直後のことぶき町通りの様子

### 【背景】

平成23年3月11日に未曾有の東日本大震災に襲われ、旧北上川堤防からわずか200mの位置にある当商店街も、高さ2mに達する津波により壊滅的な被害を被った。

津波の水が引いた後でも、街は瓦礫と泥にまみれ、灯りの点かない街路灯、商店街会員の店舗も商品・内装・什器備品はほぼ壊滅状態となり、未だかつて経験したことのない厳しい状況に直面した。

### 【経緯】

ことぶき町通りのカラーインターロッキング

グブロック舗装は23年前に完成したもので、歩行者部分だけでなく車用部分も色を変えて舗装されており、街路灯と合わせて市内中心部商店街の中でも、チャーミングな通りのひとつであった。

しかしながら、震災による液状化現象や地盤沈下の影響で、道路は凸凹になり、ブロックの一部も流され、街路灯は配電盤や安定器・ボール等の破損により電灯が点かない状態になってしまった。そのため、車が通ると粉塵が舞い上がる、夜は暗闇という、安全・安心面ですら不十分な状態が続いていた。



4月ごろのことぶき町通りの様子

自分の商売の今後の方向性も見えないまま、しかし生活設計には待った無しで対応しなければならない会員に対し、当商店街としては、なんとか希望の持てるようなメッセージを示

さなければと考えていた。

とりわけ道路の復旧に関しては、石巻港から市内中心部全体に至るまで甚大な被害となっており、工事はいつになるのか目処がつかない状況であった。また、自力で対応するにも当商店街の資金では不可能な規模であったことから、本事業による復旧への取り組みを進めることとした。

### 【事業の概要】

復旧工事は、平成23年8月3日に開始され9月30日に完了、10月2日に竣工式が行われた。

道路に関しては、約55,000個のブロックをすべて剥がし、地盤強化及び調整工事を行った後に、一個一個洗浄して再度敷き詰めた。この膨大な作業においては青山学院大学ボランティアステーションから、延べ150名を超えるボランティアの支援があった。

街路灯に関しては、配電盤・安定器の補修にあわせ、省エネを配慮してLEDランプに施設替えされた。



ブロックの洗浄を行う青山学院大学ボランティアステーションの皆さん

### 【事業の成果】

本事業の実施により、周辺の通りでは一番早く改修が終わり、商店街はひとまずは落ち

着きを取り戻した。

当商店街の会員店・事業所全36店舗のうち、6月10日時点での活動・営業中が3箇所であったのが11月10日現在で21箇所と大幅に増加した。



街路施設復旧事業完了後のことぶき町通り

### 【今後の課題】

営業再開が順次進んではいるものの、住居を含めて建物の復旧は遅れており、既に取り壊され空き地となった箇所や、転居・廃業を余儀なくされ空き店舗となっているところもある。営業している店舗においても、本来の顧客である周辺住民が減少しているため依然厳しい状態が続いており、今後の商売の方向性がなかなか見出せないようだ。


数年前よりコンパクトシティ構想のもと、当商店街を含め市内中心地の再開発計画が検討されてきたのだが、今回の震災で一旦ペンディングとなった。住居や商業施設が郊外に移っていくという事態に対し、市内中心部の新たな再開発計画(復興計画)が具体的なものとして見えてこない、商店街や店主としても積極的な動きが取れない状況といえる。

当商店街会員の将来が明るく語れるようになるまで、自助努力とあわせて様々な形で支援を続けていくことが求められている。

# 本町商店街活性化事業

## 5年後の街路整備完了を視野に入れた安全・安心のまちづくり

◎ 店舗数：44店舗  
◎ 組合員数：28人  
◎ 関連URL：—



**本町大通り商店街振興組合**

所在地：山形鉄道長井駅から約 300m

街路整備によって生まれ変わる5年後の商店街。イベントを通じて「安全・安心のまち」、「母と子にやさしいまちづくり」をアピールし、コミュニティと担い手を育成する。

山形県長井市

### 【背景】

映画「スウィングガールズ」にも登場する山形鉄道フラワー長井線。その鉄道本社がある長井市は、最上川舟運で繁栄し、置賜地域の広域商業集積地として発展してきた。その中心的な商業地区が本町大通り商店街だ。往時の面影を残す歴史的建造物が点在する中でも、曳家移転で保存された旧眼科医院の建築物「桑島記念館」は、敷地内の広場・駐車場と合わせて、商店街活動の重要な拠点である。

昭和30年代の商店街には、当時の誘致企業の通勤バスの発着所があって賑わっていたが、昭和50年代に隣接地区に大型スーパーが出店。これに対抗するスーパーを誘致したことで、2核を結ぶ動線として集客力が高まった。



市内の民間初の純洋風木造建築物「桑島記念館」

その後、市南部に郊外型商業が集積し始めると購買層は流出し、広域からの集客が見込めなくなった。両隣の商店街は組織を解散し、中心部の商業機能の空洞化が懸念されていく。そこで平成16年には「本町・中央まちづくり協議会」が発足して議論を重ね、平成20年に「お母さんと子どもにやさしいまち」を基本理念とする計画書を取りまとめた。

### 【経緯】

商店街への客足を呼び戻す取り組みの代表格は、平成11年から毎年開催している「もとまち青空フェスティバル」だ。商店街のPRを主目的に始めたこのイベントは、当時の青年部が自腹を切って立ち上げたものだった。

一方、買物客の集客や回遊、地域住民のコミュニティなどを考えると、歩道のない前面の県道は大きな懸念材料だった。小学生の通学路でありながら歩行空間は路側帯のみ。冬には除雪された雪が道路脇に堆積する。拡幅整備を求める地域を挙げての長年の活動は、平成22年度に実ることとなる。

沿道の個別店舗の調査と用地買収が始まり、事業計画が提示されると、次の懸念が生じる。5年後、この街はどうなっているのか。工事期間中の顧客離れ、フェスティバルの継続、主要な担い手の高齢化などに不安が募る。

そこで本事業は、人の集まるイベントを機に、街路事業と「安全・安心のまち」に向けた動きをアピールし、生まれ変わる商店街のまちづくりへの市民参加を呼び掛けることを目的として実施された。

### 【事業の概要】

平成23年10月2日、桑島記念館と前面広場を主会場として「もとまち青空フェスティバル2011」が開催された。幼稚園児のバレー、小・中・高校の合唱部・吹奏楽部などに発表会場を提供して集客イベントを実施し、来場者にアンケート調査を実施した。

長井おやおこ劇場のノウハウを活かした「ハッピーハロウィン」では、限定100組の親子が、自分たちで飾り付けたお菓子箱を持って商店街の対象15店舗を回遊。同時開催のスタンプラリーと同様、ふだん入り慣れない個店を知ってもらい狙いがあった。

イベントの付加価値として、婦人部による限定スイーツが企画され、商店街の菓子店が商品化し、来場者の人気を博した。

さらに「近代化遺産全国一斉公開2011」（長井市内8件の建造物も公開対象）と連動し、商店街の歴史的建造物をマップで紹介した。

また平成24年2月4日に開催された「第9回ながい雪灯り回廊まつり2012」では、各店舗が数個の雪灯りを作って沿道を彩ると共に、西置賜地方最大の飲食店街としての特色をアピールするため、10店舗がオリジナルメニューを用意し、桑島記念館で提供した。



「ながい雪灯り回廊まつり」の一端を担う



「青空フェスティバル」でのパレード

### 【事業の成果】

フェスティバルは、若干の雨の影響はあったものの、例年並み2,000人弱の来場者があった。ハッピーハロウィンやスタンプラリーは、それまで敷居をまたげなかった店への入りづらさを軽減する効果が見られた。

アンケートで買物客の動きを把握したことで、店舗間での顧客共有の事実を確認でき、スーパーからの回遊や、「昼」と「夜」の2面を結ぶ必要性にも気づくこととなった。

### 【今後の課題】

婚約・結婚指輪を扱う宝飾店、住まいや食卓を彩る家具店・陶器店、ベビー誕生を記念するカメラ店、園児・学生の制服が揃う衣料品店、子どもたちを見守る歴史ある地藏尊など、商店街の資源は一貫した「母と子」のストーリーを描くことができる。今後は得られた来街者データも活用し、街路整備完了後の「母と子にやさしいまちづくり」を具体化していく。

5年後のまちづくりに必要な若い担い手は、かつての青年部の店に後継者が戻っている。今回、若手中心の事業体制へと移行したことで新たな青年部として6名の「若衆の会」が誕生し、稼働し始めたところである。

# 本町おもしろ街やさし街復興活性化事業

## 子育て支援を始めとした地域住民ニーズに応じた事業の展開

◎ 店舗数：49店舗  
 ◎ 組合員数：37人  
 ◎ 関連URL：<http://www.chuokai-fukushima.or.jp/kensin/kaiin/kaiin07.html>



福島県二本松市

### 二本松市本町銀座商店街振興組合

所在地：JR 二本松駅から 330m

原発災害により二本松市に避難してきた浪江町の子育てママや被災農業者を支援すると共に、本町銀座商店街の賑わいを創出し、二本松市民と浪江町民の「絆」を深める。

#### 【背景】

二本松市本町地区では平成18年に「本町まちづくり協議会」が発足し、中心市街地活性化協議会支援のもと、子育てや歴史・文化に関連する各種市民活動と密接な連携を持ちつつ、まちづくりの中でなどの商業活性化を図ってきた。しかしながら郊外大型店の集中出店等の影響を受け、平成20年以降、食料品業種を中心に空店舗が増加している。

#### 【経緯】

二本松市も東日本大震災の被害を受けた。商店街の街路灯は、18基中14基が破損・地割れ等により上部落下倒壊し、残り4基も機能を果たさない状態となった。

さらに、原発災害により、ファミリー層住民の移転・屋内退避ムードによる来街低下・商品への風評被害などにより来街者は減少、閉店する店舗も目立つようになった。

こうした流れの中、かねてから商店街と協働関係のもとで、一定のまちづくり実績を持つNPO法人子育て支援グループこころと、さらに一体化した事業展開を図ることとした。

特に、本町地区内の基幹病院の建替え・機能強化が行われることから、併せて、高齢者、交通弱者や子育て世帯などの利便に寄与する、発見と居場所を提供する優しさがある「おも

し街やさし街」として生まれ変わる取り組みを重点的に展開することとした。

#### 【事業概要】

浪江町から避難してきている子育てママの、「放射能が気になって、子供を友達と気兼ねなく遊ばせることができない」という声から、空き店舗を活用して「子供のための屋内公園」を1月にオープンさせた。屋内公園は月・水・金の午後3時から7時まで、土・日は午前10時から午後7時まで、無料で開放してきた。

そして、二本松と浪江の子供らを対象としたイベント「屋内の公園であそぼう！二本松・浪江 春の子育てまつり」を2月18日に開催し、「駄菓子屋お買物イベント」や「伝承遊び・色紙ひな人形作り・童話読み聞かせ」等の催しを行うこととした。

また、屋内公園の1階部分を使って、「安心・安全の野菜展示・販売」も実施し、さらに別の空店舗を「チャレンジショップ」として、B-1グランプリでも有名になった「浪江焼きそば」の販売も行うこととした。

さらに本町商店街でも、「1000円セール」事業と「子育てスタンプラリー」事業を2月17日から26日の期間で開催することとした。



「屋内の公園であそぼう！！」パンフレット

#### 【事業の成果】

約100㎡の「屋内公園」という狭いスペースに、2日間で子供とその保護者併せて約500人が詰めかけた。

屋内公園の中には、放射性物質に汚染されていない砂や砂利、落ち葉等を用意した。子供たちは自然に親しみながら遊んでいた。児童の保護者からも「放射線を気にせず遊べる」と、非常に評判が良かった。

また、「1000円セール」事業と「子育てスタンプラリー」事業も、屋内公園事業との相乗効果もあり、非常に盛況であった。期間中、本町商店街は久しぶりに賑わいを見せた。

普段は二本松市郊外の仮設住宅に住み、あまり本町商店街に来ることがなかった浪江町の子育てママにも、このイベントを通じて本町銀座商店街をPRすることができた。



屋内の公園で遊ぶ児童の様子



子育てスタンプラリーの様子

#### 【今後の課題】

当初予定からは多少の変更はあったが、子育てママを応援する事業は大成功であった。

本事業で整備した「屋内公園」はニーズが高いことが明らかとなったが、運営や維持管理の資金・体制をどのようにするかが今後の課題である。

復興には、若い世帯が戻るための環境づくりも必要不可欠である。二本松市も子供を持つ世帯が県外に多数流出しており、浪江町民も含めて、「やりがいのある仕事」や「利便性の高い居住環境」、「子供の教育環境」など、人を呼び戻し、絆を再構築するための取り組みを行うことが課題である。



## コミュニティ施設修繕工事

### 震災で半壊した歴史ある商店会館を修繕し、コミュニティホールとして復旧



茨城県水戸市

#### 南町二丁目商店街振興組合

所在地：水戸駅北口からほど近い、国道 50 号線に沿った  
全長 260m の商店街

多くの組合員にも親しまれ、商店街振興組合事務所も入る、歴史ある商店会館が震災の影響で半壊するも、地域の関係機関との協働で例年並みの事業を展開する一方で、会館を復旧。



商店会館ホールの復旧前（左）と復旧後

#### 【背景】

当商店街には、常陽銀行本店や東京電力茨城支店のなどの大型ビル群と小規模店舗が交互に点在し、地域の商業中心地として賑わっている。商店街は明治時代の後期ごろから形成され始め、昭和になり今の街が形成された。常に先を見越して街づくりや催事を行い、商店街の拠点作りにも取り組んできた。

拠点作りの取組みの1つとして、南町二丁目商店会館が昭和 48 年に建設された。2 階部分に組合事務所のほか、108 m<sup>2</sup> の広さを誇るホールや 45 m<sup>2</sup> の和室があり、1 階部分は駐車場として貸し出していた。ホールや和室は、商店街振興組合が運営する施設ということもあり、商店の店長勉強会や従業員研修、商品の販売会、会議室として利用されることが多かった。また、「水戸黄門まつり」で活躍する太鼓の練習も当会館で行われていた。

#### 【経緯】

この度の東日本大震災により、多くの組合

員の店舗や事務所が被災を受けた中、南町二丁目商店会館も天井や壁の破損など建物全体が大きく被災した。再び地震が起きた時には倒壊の恐れがあったため、組合事務所を一時移転せざるを得ない状況に追い込まれた。そこで、当商店街にある「まちなか情報交流センター」の協力により、センター内に 3 月末に事務機能を移設した。

当会館について「解体して建て直す」べきか、「現状修復」するかについて、「会館再建検討委員会」を設置し、2 か月に及ぶ検討が重ねられた。当初、改修の見積依頼を行い、想定以上の金額を提示された時には、会館を存続させる事も断念せざるを得ないという意見も出たという。しかし、一級建築士に依頼し、活用できる部分と修復を必要とする部分に関する判断を仰いだところ、改修を必要とする部分が当初よりも大幅に削減できることが解り、また、補助金も活用することで資金面でも実現可能な範囲に収まる見込みが立ったことから、修繕事業に踏み切った。

#### 【事業の概要】

初夏には、修繕事業の実施が決定された。しかし、震災後の各店舗の修繕や、「水戸黄門まつり」の準備等で当商店街の組合員も忙しかった他、各地で復旧工事が行われ、順番待

◎ 店舗数：71 店舗

◎ 組合員数：71 人

◎ 関連 URL：<http://www.minamimachi2.com/>

ちで着工までに時間を要した。9 月に組合員で破損した備品や資料等の整理・片付けを行い、10 月 1 日に修繕工事が着工された。

工事は地震の影響により壊れていた天井や壁の修復のほか、トイレの改修、ブロック塀の撤去、駐車場の柱の補修などが行われた。

1 ヶ月後の 11 月 1 日に工事が完了し、翌週には、事務所が会館に戻された。これを機に、商店街の組合員だけでなく市民の交流と憩いの場にもなってほしいという思いから「南町コミュニティホール」という看板が新しく掲げられている。施設の利用も再開され、利用状況は震災前と同程度までに回復している。

#### 【事業の成果】

震災直後ということで、地域で大きな盛り上がりを見せる「水戸黄門まつり」も、企画段階の 5 月時点では「祭りをやっている場合じゃない」などといった意見もあり、一時は開催も危ぶまれた。しかし、被害が最も大きかった東北地方の方々が自ら「がんばっぺ！東北」と言って取り組んでいる姿に刺激を受け、祭りの決行が決まった。当商店街でも、2 台から 1 台に山車は減ったものの、黄門パレードへの参加の他、山車の巡行や共同装飾の設置等で協力した。節電の影響で開催時間が 30 分短縮されたが、例年通り、大通りが人でごった返すほどの盛り上がりであった。

夏ごろからイベントや祭りの開催に対する風向きが変わり、商店街でも商店会館の修繕事業を進める一方で、近隣商店街で構成される南町連合商店会の中で「プレミアム商品券の発行」・「ジャズナイトライブ 2011」・「ハッピーハロウィン」・「サンタさんフェスティバル」等のイベントの他、年末年始には恒例のイルミネーション事業「トワイライト・ファンタジーピアレ南街」を実施した。

また、震災の影響で水戸市役所の臨時庁舎が商店街近くの三の丸地区に、40 年ぶりに地域に戻ってきたことを歓迎し、中心街が一体となって「おかえりなさい水戸市役所」のイベントに取り組んでいる。

さらに、原発の風評被害などの影響で出荷ができなくなった地域の農産品を、無料で配布するイベントを近隣の広場で行った事をきっかけに、当商店街では「茨城の新鮮・地産地消情報発信事業」として 12 月から 2 月の毎週木曜日に『まちマルシェ』を開催した。生産者が自ら街の人々に安心安全な野菜を PR し、情報発信をする機会となっている



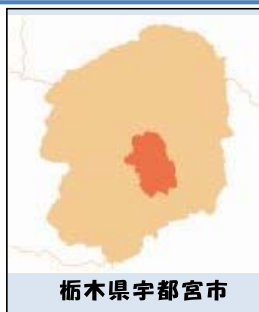
(左) 水戸黄門まつり、(右) タウン誌「南町」

#### 【今後の課題】

当商店街では、逸品評議会で選定した商店街の「逸品」などが掲載されているタウン誌「南街」の発行や、空き地を活用した市民の憩いの場「ふれあい広場」を設置するなど、多くの事業が行われている。中心市街地の各商店街で様々な事業が行われているが、規模や効果、継続性などの観点から、各商店街が連携し、一体的に取り組んでいくことが望ましいと考える。最近では、地域の様々な主体の協力を得て街コンや、パルイベントが開催され、地域が一体的な盛り上がりを見せた。今後もこのような一体的な取り組みを増やして、中心市街地の活性化を推進していきたい。

# 空き店舗活用による「地域資源活用・集客力向上」 実証実験事業

## 地元芸術大学と連携したカフェギャラリーの実施



### 宇都宮オリオン通り商店街振興組合

所在地:東武宇都宮駅から徒歩1分

商店街内の空き店舗を、地元芸大と連携したカフェギャラリーを実施し、「文化を活用した活性化事業」のための地域ニーズを調査し、本格的な事業展開へとつなげる。

#### 【背景】

宇都宮オリオン通り商店街では、昭和42年に栃木県内初の全長280mに渡る全蓋アーケードを設置し、商業都市宇都宮を象徴する商店街として活動してきた。

近年は、中心市街地の集客力低下により、商店街を歩く歩行者数も著しく減少し（平成11年時と比較すると、歩行者交通量は半減）、それに併せて売上高も減少している。

#### 【経緯】

平成20年度から1百貨店3商店街による活性化委員会を組織し、宇都宮市中心市街地の西側エリアとして活性化に取り組むとともに、宇都宮市が設置した市民広場「オリオンスクエア」を活用し、高知県で行われている「まんが甲子園」のデジタル版審査会を誘致して「デジタルまんが祭り in うつのみや」を開催する等の集客活動を展開してきた。

イベント開催時はある程度の賑わいを取り戻すことに成功しているが、来街者から「商店街に気軽に休憩できるスペースがない」という意見が寄せられていた。そこで商店街の空きスペースに椅子を置いて、来街者が自由に使って貰えるようにした。

さらに、来街者がもう少しくつろげる場所を提供するために、空店舗を活用してカフェギャラリーを実験的に提供することとした。

#### 【事業概要】

平成23年10月から平成24年2月までの間に、5つの事業を実施することとした。

##### ①西地区まちづくり推進委員会絵画展

オリオン通り商店街に近接する小学校に声をかけ、児童の絵画作品を展示するイベントを、10月29日・30日に開催した。

##### ②大学院油画専攻5人展

宇都宮市内の文星芸術大学大学院に声をかけ、ギャラリーへの作品展示の協力を要請した。その結果、大学院油画専攻の学生の作品を展示するイベントを12月21日から平成24年1月9日まで開催した。

##### ③彫刻専攻粘土ワークショップ

アートへの関心を高めてもらうために、一般の方向けのワークショップを1月22日から29日まで開催した。参加者は会場におかれた作品に、自ら作った粘土作品を付け加えた。



大学院油画専攻5人展（12月～1月）

◎ 店舗数：76店舗

◎ 組合員数：63人

◎ 関連URL：<http://www2.ucatv.ne.jp/~u-orion.snow/>

##### ④デザイン専攻作品展

質の高いデザインを見て貰うために、大学院で教鞭を執る講師陣の作品を展示するイベントを2月3日から12日まで開催した。

##### ⑤文星女子高卒業制作展

文星女子高校の卒業制作の作品を展示する「文星女子高卒業制作展」を2月13日から19日まで開催した。

なおイベント開催期間中は、カフェギャラリーの管理と来訪者に飲料の提供(有償)を行うために、アルバイトを常駐させた。



彫刻専攻粘土ワークショップ  
大人から子供まで、粘土作品づくりを楽しんだ

#### 【事業の成果】

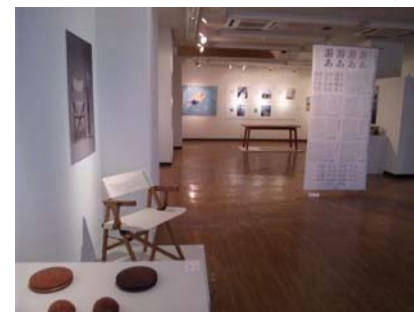
「西地区まちづくり推進委員会絵画展」には、子供達の作品を見ようと家族総出で多くの来訪者があった。しかし、自分の子供の作品を見終わるとすぐに出て行く家族が大半であり、各家族の滞在時間は短かった。しかし、企画自体は好評であり、小学校からも継続したいとの意見が寄せられた。

文星芸術大学との連携イベントには、市内だけでなく県内外からも来訪者があった。

「大学院油画専攻5人展」は、今回のイベントの中では最も長い期間開催され、迫力ある大きなサイズの作品が多数飾られた。期間中には作者もカフェギャラリーに訪れ、来訪

者との交流も見られたが、作品が抽象画であったため、作者がいないと作品がわかりにくいという指摘もあった。

来訪者へのアンケート調査結果（約130人を対象）を見ると、約90%が事業の継続を希望していることがわかった。また会場を借りて展示会を開催したいという申し出もあり、出展者側のニーズがあることもわかった。



質の高い作品が並んだデザイン専攻作品展。  
来訪者の評価は非常に高かった

#### 【今後の課題】

カフェギャラリー来訪者からも、出展者側からも事業の継続を希望する声が聞かれ、文化を活用した活性化事業については一定のニーズがあることが明らかとなった。

しかしながら「カフェギャラリー」については、当初1日当たり20杯（1杯250円）程度の売上を予測したが、実際には1日7杯が最多売上であり、予測よりも極めて少ない結果となってしまった。これについては、商店街から積極的に情報発信を行わなかったことも理由のひとつに挙げられる。

次年度以降は、アートギャラリーだけにこだわることなく、人を呼べる様々なテーマ（プロスポーツとの連携）を開催し、様々な年齢層の市民に対して情報発信する予定である。

# ハウディモールアートプロジェクト 2011

## 「時を超えた魂の響き」

多世代間の交流を目指して



千葉県柏市

### 柏駅前通り商店街振興組合

所在地: JR 柏駅前から約 30m

常磐線沿線の活性化の一翼を担う現代アートを通じた街おこしによって、「若者の街」のアイデンティティを「アーティスティックな街」へとリデザインする。

#### 【背景】

柏駅東口周辺は、1973年に竣工した市街地再開発事業によって大型店が立地し、同時に日本で初めてのペDESTリアンデッキ（通称ダブルデッキ）が整備され、その周囲の4つの商店街に多様な業種が集積している。比較的賃料の安い裏通りには若者向けの古着や雑貨などの店舗が点在し、ダブルデッキでのライブや路上パフォーマンスなどと合わせて、「若者の街」のイメージを構築してきた。

ところが、つくばエクスプレスの開通（2005年）による柏駅の乗降客数の減少や沿線の商業開発などの影響により、駅前の通行量は10年前と比べておよそ3割程度減少しており、何より街なかでの滞在時間が短くなったと実感され、危機感を覚えるようになっていく。



歩行者天国となるハウディモール

柏駅周辺は他の街と比べて歴史が浅く、個性として訴求するような素地が希薄であったため、音楽とファッションを軸に、「若者の街」としてのアイデンティティに磨きをかけてきたが、柏の葉のような新たな拠点でのイメージづくりが急速に進む中、来街者の呼び戻しが急務と考えられていた。そこで柏駅東口周辺では、2006年からアートを基盤とした新たな魅力づくりの取り組みを進めてきた。

#### 【経緯】

アートへの着目は、常磐線沿線の4区4市と東京藝術大学、JR東日本による「JOBANアートライン協議会」の設立を受けたもので、柏でも駅前の商業関係者を中心とした「JOBANアートラインかしわ実行委員会」が様々なアートプロジェクトを実施している。

柏駅前通り商店街（ハウディモール）は、ダブルデッキから続く駅前のメインストリートであり、日曜・祝祭日は歩行者天国として何らかの催しが行われる。イベント時にはパラソルと椅子・テーブルを設置して、カフェテラス（休憩スペース）を提供している。

ここが本事業において、「若者の街」としては一定の成熟期を迎える中で掲げられた次なるイメージ、「アーティスティックな街」を形成するための主要な舞台となる。

◎ 店舗数 : 126店舗  
◎ 組合員数 : 75人  
◎ 関連URL : <http://www.howdy-mall.net/>



時を超えた魂の響き（ギリヤークニヶ崎氏）

#### 【事業の概要】

2011年10月23日は、80歳の舞踏家であるギリヤークニヶ崎氏による大道芸で「鎮魂の踊り」が披露された。ニヶ崎氏はこれまでも阪神大震災、アメリカ同時多発テロ、そして今回の東日本大震災に際し、現地で鎮魂の踊りを舞っているアーティストである。

この日はキャッシュバックキャンペーンも同時に開催。イベント集客を機会とした商店街PRや販売促進を狙い、利用店舗のレシートに応じ、1,000円台で100円、2,000円台で200円、3,000円以上で300円を還元する仕組みとした。

翌週29日には、商店街会員のスタジオに80歳の俳優・坂本長利氏を招き、市内のシルバー世代の劇団と連携のもと、演劇を目指す市民向けのワークショップを実施すると共に、坂本氏の独演会「土佐源氏」を開催した。

そして11月6日には、ハウディモールの歩

行者天国において、舞踏家・石井満隆氏による「舞踏」が演じられた。

#### 【事業の成果】

街路灯のフラッグでの告知を兼ねたアート景観の演出や、集中的な3つのアートプログラムの展開は、「アーティスティックな街」としてのアイデンティティ構築の一助となった。そして、市民団体や大学などの連携、70~80歳の巨匠アーティスト、市民参加のワークショップなど、多世代の交流が促進された。

ギリヤークニヶ崎氏のパフォーマンスには300名もの人だけができ、高校生など若い世代もその演技にくぎ付けになっていた。また坂本長利氏の独演会には100名近くの市民、特に高齢者も多く訪れ、幅広い層がアートに触れるきっかけとなった。11月6日は雨天にもかかわらず、やはり数多くの来街者が石井満隆氏のパフォーマンスを鑑賞した。

#### 【今後の課題】

2011年7月、柏駅前の各商店街の魅力を活かし、相互に連携して街全体の魅力を高める方向で、協同組合柏駅東口中央商店街連合として地域商店街活性化法に基づく商店街活性化事業計画が認定された。

商店街と駅の連結部がリニューアルされ、新たな拠点となる商店街広場等をステージとしながら、多世代の交流、来街者の滞在などを促進すると共に、多様な主体との連携によって音楽祭や朝市などで賑わい創出と街イメージの確立を推進していく。その中心となるのは青年部の若手であり、新たな街づくりにおいて活躍の機会を提供しながら、担い手となる人材を育成していく。




販促イベントも同時開催

# 下北沢大学 2011秋 文化祭

## アートを利用した商店街活性化と地域コミュニティへの貢献

◎ 店舗数：約200店舗  
◎ 組合員数：134人  
◎ 関連URL：<http://www.shimokita-info.com/>



**しもきた商店街振興組合**  
所在地：小田急線・京王井の頭線下北沢駅北口のメインストリートから約180m  
アートを中心にして街を活性化するイベント等の総称「下北沢大学」。  
鉄道・道路の建設工事で失われかねない街の賑わいをアートの力でつなぎとめる。

東京都世田谷区



商店街が企画した路上大学「下北沢大学」の校章

### 【背景】

小田急線の複々線化と連続立体交差事業、それらと連動して整備される都市開発道路（補助54号線）の建設スケジュールが現実のものとなり、当商店街振興組合員のうち1/4～1/3が工事の直接的な影響により廃業もしくは移転を余儀なくされている。今後工事が本格化していく中で仮囲いと工事用車両の増加による街のイメージダウンが危惧されるほか、工事完了後は新たな道路で街が分断されることとなり、路地を歩行者が行き交うことで生まれる街の魅力が失われてしまうのではないかと懸念もある。

こうした影響により来街者が減ってしまうとその後に街の活気を取り戻すのは容易ではないと考えられることから、街が賑わっている今の段階でイベント等を通じて組合員の結束強化と「しもきた」の魅力向上に努めるこ

とが課題とされてきた。

さまざまなイベント等を通じて来街者に「しもきた」ならではの楽しさを体感してもらい、工事中も工事の後も街の賑わいを支え続けてくれる「しもきた」ファンを増やすための試みとして「下北沢大学」が企画された。

### 【経緯】

下北沢は沿線の渋谷・新宿・吉祥寺といった商業集積地と人気を分ける若者の街であると同時に、さまざまな世代が合わせ住む住宅街を後背地に抱える普段着の街という特性も兼ね備えている。本多劇場やザ・スズナリを擁する駅南口は演劇・音楽の街といったイメージで20歳前後の若者が集う飲食店などが立ち並んでいるが、当商店街が位置する駅北口には個性的なカフェや服飾雑貨店、美容室などが軒を連ねてセンスを競うアートの街といった雰囲気もあり、休日は20～30代の女性を中心に広いエリアからの集客を得ている。

こうした街の特性を活かし、アートや文化を育む土壌として下北沢の芸術文化を耕そうという取り組みの一環として、商店街と周辺街区を使った路上大学「下北沢大学」のプロジェクトが立ち上げられた。「下北沢大学」は、ある組合員が同名のロゴや校章をプリントしたTシャツを作って発売したところ好評を博したことがきっかけで、商店街が中心となって取り組む街づくりイベントに共通する名称として用いられている。

### 【事業の概要】

2011年10月29日～11月2日にかけて順次開催された「下北沢大学 2011秋 文化祭」では、来街者が手軽にアート体験できるワークショップやアーティストの作品を購入できるアート市場、主要客層である女性が家族連れで楽しめるキッズハロウィン、下北沢で起業・出店を志す方々をサポートする起業支援セミナー、商店街と継続的にコラボレーションを続けるパンタンデザイン研究所の学生による「下北沢にあったらいいな、こんなお店」のプレゼンテーションなど、多彩なイベントが繰り広げられた。起業支援セミナーは過去の参加者から2名の方が実際に起業されている実績のあるイベントであり、地道な取り組みの継続が期待されるものである。

また今回の文化祭でも、東日本大震災の被災地支援の一環として、商店街の街路灯フラッグを活用したリサイクルバッグの作成・販売や募金活動を行った。こうして集まった資金は被災地への支援に充てられる。なお2011年夏のイベント（下北沢大学2011夏期講座）で集められた資金からは、陸前高田市の長部小学校に図書500冊が寄贈された。



キッズハロウィンでお菓子をもらう子供たち

### 【事業の成果】

10月29・30日の両日、下北沢駅北口駅前で開催されたワークショップやアート市場等のイベントは目標参加者を500名としていた。期間中の歩行者交通量を計測したところ約6,000名であり、その1割は会場で足を止めてワークショップへの参加や被災地支援プ

スでの買い物・募金に応じてくれたため、目標を超える反響が得られたと考えられる。

10月29日開催の「下北沢にあったらいいな、こんなお店」の参加者は約120名、11月2日開催の起業支援セミナーは会場満席で参加者は75名で両イベントの集客数はほぼ目標どおりとなり、いずれも内容は出席者に好評であった。

10月30日のキッズハロウィンは719名（子供のみ）参加と目標数400名を大きく上回る盛況だった。同伴保護者を加えると1,500名以上が参加したことになり、商店街の店舗を巡回してお菓子を受け取るという形式にしたことで、普段馴染みのない店舗の魅力に接していただくことができ、参加した73店舗をはじめ組合として大きな手ごたえを感じるイベントとなった。本イベントは事前登録方式としたが、約90%が徒歩圏・自転車圏内の居住者であり、地域のみならず商店街の新しい魅力を訴求できた。

### 【今後の課題】

イベントの手ごたえはあるものの、再開による組合員の減少は避けられない。活性化の取り組みを継続・発展させていくために、エリア内における加入率向上や隣接地域へのエリア拡大による組合員拡充が喫緊の課題となっている。

また、工事主体である鉄道会社や自治体との連携を通じて、ネガティブな要素と見られがちな工事用仮囲いをキャンパスに見立てるなど、アートの街としての魅力を根付かせるための日常的な取り組みも重要になってくる。




「下北沢にあったらいいな、こんなお店」

# 被災地の学生が販売する被災地物産品販売イベント

## 商店街ポイント事業の連携による賑わい創出事業

◎ 店舗数：70店舗  
◎ 組合員数：65人  
◎ 関連URL：<http://www.sumida-showren.jp/>



**錦糸町商店街振興組合**  
所在地：JR 総武線・総武快速線および地下鉄半蔵門線  
錦糸町駅南口すぐ  
被災地の学生を商店街に誘致し、学生による  
演舞および物産品の販売イベントを地域の各主  
体と連携して行うことで、学生に体験学習の場  
を提供すると共に、商店街の賑わいを創出。

東京都墨田区



(左) イベントのチラシ (右) 当日の様子

### 【背景】

錦糸町には、JRと半蔵門線の二つの駅が立地し、合計で1日あたりの乗降客数は17万人を超える。当商店街は、JR錦糸町駅南口の大型ショッピングセンターやレジャー施設が立ち並び繁華街に立地し、飲食店を中心に広範囲に70店舗が点在している。

現在は東京スカイツリーの開業を間近に控え、商店街を回遊する観光客が増えており、全国的なチェーン店等の進出も相次いでいる。

### 【経緯】

墨田区の商店街では、子どもの体験学習を受け入れており、その経験を活かして被災地の子どもたちを誘致し、被災地支援として体験学習の場を提供できないかと考えたことがきっかけとなった。検討の結果、これまでのように、各商店で商売の体験学習をするのではなく、被災地の物産品を子どもたち自らが販売することに、商店街などが連携して協力

することとした。そこでコンセプトとして、①被災地の子どもたちによる被災地特産品の販売、②地域の連携による来街者の回遊促進、③大型商業施設と商店街の連携の3つを掲げ、事業の実施が商店街の売上に貢献することも期待して取り組みが始まった。

### 【事業の概要】

多くの地域関係者と連携・協力し、平成23年11月6日に「南会津の息吹 in 錦糸町」のイベントを開催した。

イベント当日は、被災地の福島県南会津郡にある、小学生から高校生で構成される劇団「チーム息吹」の約30名の子どもたちがイベントブースで舞台公演を行い、生産者と共に物産品の販売も行った。

劇団「チーム息吹」の誘致は、墨田区観光協会との協力によって実現し、イベントブースの設置場所は、地元の大型商業施設であるアルカキット錦糸町店より提供を受けた。

錦糸町には数多くの飲食店が立ち並び、東京スカイツリー効果で来街者が増え、地域に詳しくない観光客などからは「お店に入りづらい」「どのお店が良いのか解らない」などといった声もあった。そこでイベントの開催に合わせて、当商店街とは駅を挟んで逆側に立地する錦糸町北口商店会や、墨田区商店街連合会と連携して「安心！安全！錦糸町らく

らく飲み歩きガイド 楽街」を作成し、500部を無料で配布した。

さらに、被災地物産購入額に応じて、区内の商店街で展開する広域ポイント事業の「すみだぼいんと」も付与することで、会員をイベントに誘導した。

イベントの開催告知や宣伝は、ポスター、チラシの他、会員向けメールマガジンの配信や、関連Webサイトでの広告など、様々な媒体を通じて行った。被災地支援ということもあり、これらの告知や宣伝には、地域の様々な主体から協力を得ることができた。

### 【事業の成果】

残念ながらイベント当日は小雨が降り、天候には恵まれなかったが、来場者は当初目標の1,000人を超える1,300人に達し、イベントブースが設置されたアルカキット錦糸町店の入り口広場は人であふれかえった。

南会津郡の物産品販売は好調に終わり、「地域物産品の他に、普段は売れない劇団のCDなども良く売れた」、「人がたくさん集まる場所でイベントができて良かった」といった感想が寄せられ、イベントに参加した子どもたちはとても喜んでた。

来場者の多くは、メールマガジンの配信をおこなった「すみだぼいんと」の会員が多かったが、ホテル等の集客力のある施設に「安心！安全！錦糸町らくらく飲み歩きガイド 楽街」を置いたことの効果も大きく、冊子を手にとって街中を回遊する人々の姿が目立った。ガイド冊子は、イベント当日に500部を配布したが、月末まで使用可能な割引券が付いていたこともあり、イベント終了後も冊子を持って店を訪れる客が多い、という声が掲載店から寄せられた。各店舗が詳しく紹介されているガイドは掲載店からも、利用客から

も好評だったことから、割引の期限が切れた後も配布を続けている。

また、イベントに合わせて、「すみだぼいんと」の入会申し込みブースも設けた。傘をさしながら入会申込書を記入するには厳しい状況だったこともあり、目標の100名に達しなかったが、新規会員が73名増加した。



「錦糸町らくらく飲み歩きガイド」

### 【今後の課題】

東京スカイツリーの開業による効果を期待する一方で、同時に開業する大型の商業施設に客足が流れていくことへの不安もある。

錦糸町は、JR総武線と総武快速線、地下鉄半蔵門線の3つの線が通り、交通の便が非常に良い。また、錦糸町から東京スカイツリーに向かって直線的に延びる大横川親水公園もあり、東京スカイツリーまで徒歩20分と散歩にも適している。この利点を活かして「東京スカイツリーの玄関口」「東京スカイツリーへのアクセス拠点」として、より多くの人をスカイツリーへ誘導する仕掛け作りを講じ、商店街の活性化策に結び付けたいと思っている。

また、近隣の商店街との連携を推進し、地域全体の魅力創出に貢献していきたいと考えており、5月には東京スカイツリーのオープン記念として、大横川親水公園でのイベントを、墨田区商店街連合会と連携して行うことも予定している。

# ペットボトルとキャップで冬のイルミネーションを！

みんなでつくろう！ペットボトルツリー！



新潟県新潟市

## 万代シティ商工連合会商店街振興組合

所在地：JR 新潟駅万代口から約 800m(徒歩約 7 分)  
ペットボトルの分別からそれを利用したツリー等の製作により、エコ意識を啓発しながら、商店街を訪れるきっかけと装飾する楽しさを提供し、街への愛着を高める。



製作ワークショップではペットボトルツリーを繋いで、絵を描いてもらいます

### 【背景】

新潟のシンボル萬代橋のたもとに位置する万代シティは、古くからの商店街である古町地区と JR 新潟駅との中間にある商業集積地区である。昭和 40 年代まではバス会社の車庫などが連なっていたが、モータリゼーションの到来によってその機能が郊外化したため、広大な遊休地となった一帯を再開発し、新たな街として誕生した。

その後、約 40 年にわたり企業誘致や店舗開発を重ね、百貨店やホテル、立体駐車場などを取り入れた現在の構成となっている。従って、商業と住居から自然発生した商店街ではなく、商業開発によって出来上がった街であることから、商店街区画内に住居や地域コミュニティがなく、これまでの施策にも近隣の声は永らく反映されてきていなかった。

### 【経緯】

商店街を活性化させるために年間を通じて

様々なイベントを開催しているものの、これまで天候の不安などから冬場に大きな集客事業が行われていなかった。そこで、冬の来街者増加を図るために実施したのが「万代ロマンチックサーカス」というイルミネーション事業で、街の中心の広場での光の装飾やミニコンサート、またクリスマス商戦の期間中に毎週末イベントを実施するなどといった長期間のイベントを 5 年前にスタートした。

ただ、それだけでは単なる集客だけが目的となり、地域性や市民参加の要素が今後の街づくりに必須であることについての懸念は解消されなかった。同時に、イルミネーションを軸とした電力使用を伴うイベントであることもあり、環境への配慮やエコ意識といった面を包括した事業展開への模索の中、ペットボトルの再利用を通じた地域連携活動として、製作からイベントを一貫して楽しむことのできる事業を計画した。

### 【事業の概要】

商店街のイベント広場を飾るイルミネーションツリーをペットボトルで製作し、実施期間中に様々なイベントを開催することにより長期の賑わいづくりを図った。ペットボトルツリーは「楽しみながらに学べるエコ」をコンセプトに、市民参加型の製作ワークショップを開催し、近隣の幼稚園・学校・各種団体等に収集から製作までに携わっていただいた。

本来であれば捨てられてしまうはずのペットボトルを洗浄し、ボトル・キャップ・フィルムに分別して回収。ボトルはツリー、キャップはアート material とし

◎ 店舗数：65 店舗  
◎ 組合員数：51 人  
◎ 関連 URL：<http://www.bandacity.com/>



完成した 8m の巨大ペットボトルツリーと周囲のミニツリー

て再利用する形式で、街での楽しみとふんわりとしたエコ啓発を連動させた展開として、10～12 月の間実施した。製作には商店街内で実施するワークショップ型、幼稚園や学校などで共同製作する出張型、そして、新潟市全 8 区の社会福祉協議会などと連携した地域事業として実施する地域型の 3 パターンの方式をとった。これは来街を一過性のものとせず、あらゆる関わりや愛着創出を図ることで、イベントを通じて万代シティへの親しみを持ってもらうことが、長期的な来街を持続させるために重要と考えたからである。

これら各種の参加方法により製作参加者は 2000 人以上に及んだ。製作されたペットボトルツリーやキャップアートは、11 月の点灯式からクリスマスまで展示し、また、点灯式でのカウントダウンや期間中のイベントに製作参加者を招待することで、来街レポート率の向上につなげた。

### 【事業の成果】

街に来る目的として、自身が製作に携わるところから、点灯式やイベントへの参加を一連の流れにすることで、本来居住者のいない万代シティに新たな地域連携が生まれた。また、目的の一つであるエコ啓発は、分別したペットボトルを製作の際に持参するという、ごく簡単な参加条件で進めることで、子供たちが家庭や学校で少しでも意識を高めてもらえたことから、大変多くのペットボトルが集められた。



ペットボトルツリーは製作団体がわかるよう、キャップアートで団体名を表示

製作参加者の再来街については、点灯式や期間中の抽選会などへの参加のほか、完成したペットボトルツリーやイルミネーションを楽しみに幾度も足を運んでいただいた。

### 【今後の課題】

震災後、ペットボトルキャップのカラーが白色へ移行していったため、今後カラーキャップを活用したアートの拡大が難しくなっていく。そもそも再利用からスタートした事業であるため、終了後も捨てることなく保管しているが、キャップアート企画にはひとひねりが必要になってくると予想される。

また、同一の意識を持って集うコミュニティの創出を事業の目的としていることから、この事業以外にも、エコや装飾などといったテーマで、近隣や来街者との様々な交流を活発にしていけることが必要となる。元より居住者は少ないが来街者の多い商店街であることから、万代シティならではの地域連携やイベント事業を通じて、近隣・広域を交えたコミュニティづくりを今後も図っていききたい。



点灯式には近隣の幼稚園・保育園などツリー製作者を招待

# 相生町おしゃれ文化プロジェクト

「おしゃれ」をキーワードに次世代シニアが商店街を回遊する  
仕組みづくり



長野県小諸市

## 小諸市相生町商店街振興組合

所在地:しなの鉄道小諸駅北口前

元気なシニアをターゲットに「おしゃれ」や「商店街カルチャー」をテーマとしたお店訪問ツアー、市民参加型ファンクションショー、カルチャー講座、フリーマーケットを催し、商店街を巡る仕組みづくりをめざす。



商店街のお店を巡る「商店街カルチャーツアー」は、郊外店にはない各店の売りや味を買い物客にPRするツアー

### 【背景】

小諸市相生町商店街は、第3セクターしなの鉄道小諸駅前から浅間山に向かって伸びる「相生町通り」沿道に形成された全長400mの坂のまちの商店街である。

1906年、国鉄信越本線の開通に伴い、小諸駅前商店街として整備される。その後、1960年代に道路の拡張整備に合わせて建物が中高層ビルに建て替えられ、1978年にアーケードが完成すると駅前商店街として大きく賑わう。しかし、1997年、長野新幹線の開業に伴いJR信越線の一部が廃止となり、特急停車駅であった小諸駅がローカル線の一駅となると、商店街にあった百貨店や都市銀行、NTT、電力会社等の支店が次々と閉店や廃止となり、通行量も激減する。そして、この頃より建物の老朽化や空き店舗が目立ち始める。

このような状況の中、相生町商店街では、街の再生に着手し、2010年には住民協定を締結するなど、様々な取り組みを推進する。

### 【経緯】

7月の「祇園祭り」から10月の「ふーどまつり」(収穫祭)までの間、毎週末に相生町商店街で開催される各種イベントでは、周辺住民も含め数万人の集客があり、商店街は、まだまだ地域の伝統や市民文化の拠り所となっている。また、商店街でも地域資源として「花と緑」を育てる取り組みや、一般市民がモデルとなった「華のあるファッションショー」などを行ってきた。

一方、相生町内に立地する市役所では、総合病院と図書館が一体となった建て替え計画が決定し、「相生町通り」では「あいおい公園」や「相生会館」が2013年度の完成に向けて設計・建設が進められている。そこで、商店街では、「商店街カルチャー」をキーワードとした人とのふれあいや文化を発信する仕組みをつくり、来訪者が市庁舎、病院、公園、相生会館、商店街を回遊する環境づくりを検討することにした。

### 【事業の概要】

相生町商店街では、来年完成予定の「あいおい公園」と「相生会館」で開催する事業の実証実験を行うとし、今回は主としてシニアを対象にした「商店街カルチャーツアー」、「華のあるファッションショー」、「カルチャーセール」の3つの事業を実施した。また、この事業を実行するにあたり、商店街有志11人で「相生町おしゃれ文化プロジェクト実行委員会」を設置し、事業の効果分析と、今後継続するための計画づくりを行った。

「商店街カルチャーツアー」は、「FMながの」の

◎ 店舗数 : 100店舗  
◎ 組合員数 : 87人  
◎ 関連URL : <http://www.alps.or.jp/aioi/>



公募市民がモデルになる「華のあるファッションショー」では、商店街のブティックが連携して取扱商品を衣装として提供

アナウンサーと商店街のおかみさんがガイド役となって5つの店舗を巡る半日ツアーで、各店主から商品やサービス、その店の売りの説明のほか、普段見たり聞いたりすることが出来ない商品が紹介された。「華のあるファッションショー」は、「大人の読み聞かせ」と「花飾りの講座」のカルチャー講座、公募市民がモデルとなったファッションショー、手造りやこだわり品のブースが出店する「おしゃれカルチャーマーケット」を1箇所で開催した半日のイベントで、当日は大雨という最悪な天候にも関わらず、会場内は熱気にあふれた。「カルチャーセール」は、景観づくりの観点から表現力豊かな手書き看板をつくり広めていこうという試みで、6つの店主が自ら制作した看板を使ってセールした。



「華のあるファッションショー」会場では、大人の読み聞かせ(左上)、花飾りの講座(右上)、おしゃれカルチャーマーケット(左下、右下)など、商店街のカルチャーをキーワードとしたプログラムやブースが置かれた

### 【事業の成果】

「商店街カルチャーツアー」では、参加者11名から各店で様々な質問が飛び出し、予定時間を大幅に超えたツアーとなった。店の意外な一面も知ることができたなど参加者の満足度も高く、店主からも高い評価を得て、今後の商店街の魅力づくりの方策として大きな可能性が見えた。

「華のあるファッションショー」の開催当日の歩行者通行量は1,005人で、ファッションショー自体の来場者数は約200人、「おしゃれカルチャーマーケット」にも多くの買い物客が訪れた。このほか「読み聞かせ」や「花飾り講座」も好評で、当日の悪天候を勘案すると、市民から支持を受けたイベントであることが証明され、継続に大きな手ごたえがあった。また、今回の模様が「コミュニティテレビこもる」で放映された。

「カルチャーセール」も、市民、商店の評価も高く、この取り組みを商店街に広げる予定である。



「カルチャーセール」では、手作り看板で味わい深い街の景観をつくりだそうという試み

### 【今後の課題】

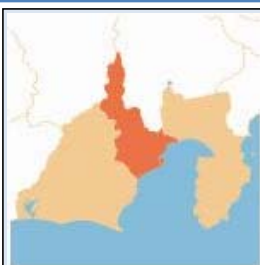
今回の成功を受けて、今後は「あいおいガーデンマーケット」プロジェクトと銘打ち、「商店街カルチャーツアー」、「華のあるファッションショー」、「おしゃれカルチャーマーケット」、読み聞かせをはじめとする市民文化を発表・発信する取り組みを商店街事業として推進することとした。

そして、これに加えて各店が持つ特長(文化、得意なもの、こじかないもの、使い方・活かし方、調理方法、問題解決方法)を発掘しながら、定番イベントとして継続・展開していき、来街者を増やし、個店の売上の向上にもつなげていきたい。

# 「はじめてのしょうてんがい」事業

## こどもの育成支援と商店街の魅力を発見する機会の提供

◎ 店舗数：97店舗  
◎ 組合員数：80人  
◎ 関連URL：<http://www.siz-sba.or.jp/eggs/>



静岡県静岡市

### 清水駅前銀座商店街振興組合

所在地：JR 清水駅から 100m

商店街に興味を持ってもらうため、児童に「おつかい」や「おしごと」を体験させると共に、受け入れる商店街の店主自らが地域資源であることを再確認し、商店街の魅力を上向きさせる。

#### 【背景】

清水駅前銀座商店街は昭和 56 年に設立された、アーケードが掛かった商店街である。

経営者の高齢化・後継者不足という、どここの商店街もかかえている問題を清水駅前銀座商店街もかかえている。その解決策として、売上・効率性を重視するのではなく、スローな店舗を目指す商店街づくりが平成 16 年度から進められている。これまでもイベントを開催することで商店街に人を呼び込むことにはつながっていたが、個店の売上向上にはつながらず、加盟店からは不満の声もあった。

#### 【経緯】

清水駅前前に建設中の再開発ビル内に「こどもクリエイティブタウンま・あ・る」が平成 25 年 1 月に開館予定であり、関連イベントとして、小中学生を対象に仕事体験イベント「ミニ・しずおか(静岡市主催)」が清水駅前銀座商店街アーケードで 9 月に開催された。

「ミニ・しずおか」は盛況であったが、やはり店舗への立ち寄りにはあまりなかった。しかし参加した子供から「清水駅前銀座商店街に初めて来た」という声を聞いたのをきっかけに、「はじめてのしょうてんがい」事業を 2 日間行うこととなった。



「おしごと」希望者は「おしごと★カタログ」の中からやりたい仕事を選び、応募した

#### 【事業概要】

「はじめてのしょうてんがい」事業では、小学校低学年対象の「おつかい編」と小学校高学年対象の「おしごと編」を行った。

「おつかい編」は、あらかじめ指定した 3 つの商品を商店街店舗の中から探し出し、一

人当たり 6 枚渡された擬似通貨「EGG(1枚 100円に相当)」で自ら買い物を体験し、完了したら本部に報告する、という事業である。この事業には 21 店舗が協力した。

「おしごと編」は、45 分間か 90 分間の「おしごと」を行い、その「対価」として擬似通貨の給料(45 分で EGG3 枚、90 分で EGG6 枚)が貰え、貰った EGG でお買物ができる、という事業である。この事業には 17 店舗が協力し、各日合計 89 名の定員が設定された。

なおイベント開催時は、組合に参加していない店舗にも声を掛け、EGG での買い物に協力を呼びかけた。EGG は後日、商店街振興組合が 1 枚あたり 100 円で交換することとした。



おしごとの中身(上)

参加者に郵送した「さんかチケット」(左)

#### 【事業の成果】

「おつかい編」は、両日とも定員にあたる 100 人(合計 200 名)が参加した。参加した児童は受付で指令カードを受け取り、商店街を駆け回った。中にはわずかに 5 分程度で「ミッション完了」する児童もいた。

「おしごと編」は、2 日間で約 150 人が参加した。店主から仕事の内容を説明され、お店で接客や裏方作業のお手伝いをした。お仕事を終えた児童は店主から「お給料」と「おしごと★チェックシート」という「賞状」を受け取り、買物をしに商店街を巡った。



蕎麦屋で「おしごと」をする児童の様子

今回のイベントに直接参加した店舗はもちろん、参加しなかった店舗にもメリットがあった。また、児童を受け入れた店主は、仕事内容をわかりやすく説明することで、改めて自分の仕事にプライド(誇り・存在意義)を持ち直した。さらに、EGG を持ってきた買い物客を受け入れた店舗は、自分のお店を PR する機会を得ただけではなく、「臨時の収入」も得ることができた。二日間のイベントで流通した EGG は約 1,700 枚で、150 枚以上の EGG を売り上げた店舗もあった。

#### 【今後の課題】

今回のイベントは、児童のキャリア教育、商店街の魅力向上と店主にプライド(誇り・存在意義)を再確認してもらうことを目的に、NPO 法人やタウンマネージャーらと協力して実施された。チラシや NPO 法人への委託料等の必要経費の一部は商店街実践活動事業の補助金を利用することで賄ったが、今後は保険代以外の参加費を徴収することも含めて検討していくことが課題となる。

清水駅前東銀座商店街振興組合では、今後も様々な世代をターゲットにした企画を展開することを検討している。



# 商店街青年部による被災地商店街への支援事業

被災商店街にキャラクターを提供し、中長期的に被災商店街の復興を支援



愛知県名古屋市等

## 愛知県商店街振興組合連合会

所在地: JR名古屋駅から200m

被災した宮城県商店街振興組合連合会を支援するため、復興のシンボルとなるキャラクター提供と癒し効果のあるアロマセラピーを指導し、中長期的な支援を展開する。

### 【背景】

愛知県商店街振興組合連合会(愛商連)は昭和39年に設立された。愛商連青年部では、県外の先進的活動を行う青年部との交流を通じて、青年部員同士の連携強化と人材育成を図っている。東日本大震災で被災した宮城県商店街振興組合連合会(宮城県振連)の青年部とは日頃から、研修・視察を通じて定期的な情報交換が行われている。

### 【経緯】

東日本大震災発生後、愛商連青年部部長は宮城県振興連青年部部長に連絡を取り、支援の協力を申し出た。

愛商連の組合員である各商店街では、被災地を支援するための活動が独自に展開されていた。例えば、愛商連青年部幹事のひとりが所属する安城市商店街連盟では、七夕まつりを開催している縁で、岩手県大船渡市及び宮城県仙台市の両市で七夕まつりが開催できるための支援(義援金や会場に飾る竹飾りと願いごと短冊を送る支援)活動が行われた。

### 【事業概要】

現地で意見交換などを行った結果、特に「精神的支援」が必要されていることが明らかとなった。

そこで、愛商連青年部の幹事会で支援内容を検討した結果、被災地を長期的に支援するプログラムとして、復興のシンボルになる宮城県の商店街キャラクターの提供と、被災者の精神的支援に効果があるアロマセラピー講習会の開催という、2つのプログラムを開催することとした。

「復興キャラクター」は、宮城県内の商店街イベントやキャンペーンで活用できるように、愛商連キャラクター「あしたん」の姉妹キャラクターを作成した。これは、「ゆるキャラ」に代表されるご当地キャラクターの人氣が非常に高いことから、被災地以外の方にも興味・関心を持って貰える可能性があり、間接的ながら継続的・長期的な支援になると考えたからである。なお、キャラクターの著作権等は、無償で宮城県振連に譲渡された。

「アロマセラピー」については、愛商連青年部幹事にアロマセラピストトレーナー(国際植物療法協会認定指導員、NARDアロマセラピー協会認定トレーナー)がいたことから提案された。被災地の商店街で講習会を開催することは困難なため、まずは被災地支援プログラムとして、宮城県振連の関係者に対する講習会を開催することとした。

◎ 店舗数 : 6,784店舗  
◎ 会員数 : 174組合  
◎ 関連URL : <http://aishoren.jp/>



復興支援のために作られたポスター

### 【事業の成果】

愛商連から宮城県振連への「キャラクター提供」と「アロマセラピー講習会」は12月に宮城県仙台市で開催された。

キャラクター制作者は、何度も宮城県に足を運び、商店街店主へヒアリングを実施し、全国に知られた「七夕まつり」の独特の飾りをベースに、未曾有の災害から復活して未来を作り上げる宮城県民の姿を象徴となることをイメージして制作された。さらに、被災地の仮設商店街・役所・商工会議所・仮設団地の集会所に貼るポスターもプレゼントされた。

また、愛商連と宮城県振連が協力してイベント等を開催する時に利用するためのイラストも制作され、今後、愛商連が開催する宮城県振連支援イベント等で利用される。

「アロマセラピー講習会」については、被災地で様々な支援活動を実施している商店街関係者の方々に参考にしてもらうために、宮城県振連青年部関係者を対象に「被災地に癒しを」をテーマに講習会を開催した。「アロマがいかに感情に働きかけ、傷ついた心を勇気づけ、復興を目指すための力になるのか」や「植物の香りの力(精油)がどのように身体に作用して実生活の中で役立つのか」など、心や暮らしに寄り添う「アロマセラピー」を紹介し、非常に好評であった。

### 【今後の課題】

愛商連の組合員である各商店街では、継続的に被災地支援イベントを開催し、その売上金の一部を宮城県振連に義援金として支援する活動を行っており、今回の事業と「両輪」となって被災地支援を行っている。

今後も「両輪の支援」を継続していくが、宮城県の復興段階に応じて、現地にとって好ましい復興策を考え、提供することが今後の課題であり、それにより宮城県の復興につながると思われる。



愛商連キャラ「あしたん」と新キャラ  
新キャラの名前は今後募集予定である

# 高齢者と若者をつなぐハブ商店街

## イベントと紙媒体とネットの融合から高齢者と若者をつなぐ

◎ 店舗数：47店舗  
◎ 組合員数：25人  
◎ 関連URL：<http://yokochira.k-omotesando.com/>



石川県金沢市

### 横安江町商店街振興組合

所在地：JR金沢駅東口から約600m(徒歩約10分)

女性の視点で選んだ各店の逸品を集めたリーフレットと、ユーモア溢れる商店街ホームページやイベントで、商店街やお店を訪れるきっかけをつくり、高齢者と若者をつなぎ、架け橋となる商店街をめざす。



商店街の女性チームの目線で選び、手にとってももらえるデザインをほどこした一品の紹介リーフレット「よこぢら」

#### 【背景】

横安江町商店街は、JR金沢駅から徒歩10分、金沢市商業エリアの1つ武蔵地区の一角を担う商店街で、およそ300年前、浄土真宗金沢別院の門前町として、古着屋などが集まったのが始まりだといわれている。現在も、仏壇店、法衣店なども多く、結納品店、古書店、古美術店、寝具、傘、鞆、靴、衣料品など、「通」を唸らせる専門店が軒を連ねている。

横安江町商店街では、2006年4月、46年間のアーケード街の歴史を閉じ、新しい街「金澤表参道」に生まれ変わる。街中をコミュニティ循環バス「金沢ふらっとバス」が走り、商店街の区間はフリーで乗降できる。また、店先にはベンチや街路樹が置かれ、街の中程にある「いちよう館」ではカルチャースクールが盛んに行われるなど、身近な交流の場・憩いの場となっている。

しかし、郊外部の大型小売店の進出や、周辺住民の高齢化、消費者の購買行動の変化などの影響により、来街者が年々減少傾向にある

#### 【経緯】

商店街では、2004年、金沢市と「歩けるまちづくり協定」を締結し、環境整備を進める一方で、「ぼっけマート」(テント市)や「春の表参道市」、「金沢Jazz street」など、高齢者はもちろん、子育て世代のパパ・ママにも商店街を訪れてもらおうと、さまざまなイベントを年間を通じて開催する。しかし、その時は賑わうものの、終わるとまばらな人通りに戻ってしまう。

この理由を探るため、イベントやカルチャー教室を訪れる来街者に聞いてみると、「きっかけがないと、中々、お店に入ることができない」、「自分に関係ある品物がない気がする」といった声が多かった。このため、お年寄りや若者世代が興味を持ちそうな各お店の隠れた一品や洒落た商品を紹介するリーフレット等を作り、店に入ってもらうきっかけづくりの事業を計画した。

#### 【事業の概要】

一般的に商店街の一品紹介では、各お店が選んだ商品をリーフレットに載せるケースが多い。しかし、横安江町商店街では、今回のターゲットを30~50歳の女性とし、その年代が興味を惹く、あるいは、お洒落と思うものを同年代の女性の目線で選ぶという方法とした。このため、編集に携わるチームは、商店街をよく知る同年代の女性有志で編成した。また、選ぶ商品も日常的に使う雑貨を



商店街情報誌「よこぢら」に紹介されている一品。数珠や水引をはじめ、かわいい小物やお洒落小物が満載されている

中心にセレクトし、リーフレットの名前も「横安江町」をもじった「よこぢら」と、「ぢらっ」と入れる、覗いてもらう」ことに期待を込めて「よこぢら」とした。

担当する女性たちは、日頃から各店主と顔見知りであったが、お店の中を見直す機会は少なかつたため、一店一店丁寧に訪れ、商品を選び、一品を集めた。時折、店から自分が考える品物と違うという意見も寄せられたが、スタッフは自分たちの感性を大切にし、理事会もこれを了承する。そして、ほぼ全店にあたる42店の一品を集めた商店街情報誌「よこぢら」が12月末に完成した。

また、これに併せて、店主の趣味や各所の紹介、コラム、気になるスポット、商店街テーマソング「よこぢら音頭」などの情報を加えたユーモア溢れる商店街ホームページ「よこぢら」も12月末に開設した

#### 【事業の成果】

「商店街情報誌よこぢら」は、近隣全戸に回覧板を使って配布されたほか、新春イベント「ふるまい鍋」や、北陸3県のカフェや雑貨店で配布された。配布されて間もなく、北陸新聞で紹介され、これを片手に商店を訪れるお客や、リーフレットや品物に関する問合せが組合や店に寄せられるなどの反響がみられている。

また、ホームページの閲覧は1ヶ月の間に4,300ビューを超え、「よこぢら音頭」は地元のケーブルテレビでも取り上げられた。そして、年4回開催される「よこぢらポックマート」への出店問合せが



ユーモア溢れる商店街ホームページ「よこぢら」商店街のテーマソングのほか、気になるスポット、コラムなど商店街情報が満載

増えるなど、反響の輪が徐々に大きくなっている。

#### 【今後の課題】

今回、新しい視点で情報発信を行ったことにより、若者から高齢者まで幅広い年代の地域コミュニティのハブ(核)に商店街がなる手ごたえを力強く掴んだ。

今後は、商店街情報誌「よこぢら」を使った商店街ツアーの開催や、他の世代をターゲットにしたリーフレットの作成、「よこぢら音頭」の振り付け、ホームページ「よこぢら」の充実など、今回制作したコンテンツを活かした来街者を増やす取り組みを推進する

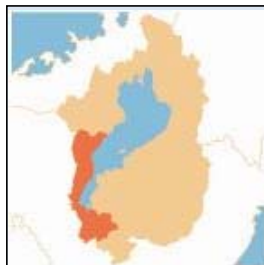


「カルチャーセール」では、手作り看板で味わい深い街の景観をつくりだそうという試み

また、今回の制作では、地域の女性陣のほか、横安江町商店街を愛するデザイナー、建築家、服飾作家、農業従事者など多彩なメンバーで構成されるサポーターグループ「よこぢらラボ」の協力も大きかったが、この取り組みの過程でサポーターを増やすこともできた。この培ったネットワークもさらに活かし、来街者を更に増やし、個店の売上の向上につなげていきたい。

# 地元国立大学との商教連携による地域住民サポート事業

## 滋賀大学の学生が子どもに教える「石山まちかど塾」を商店街で開設



滋賀県大津市

### 石山商店街振興組合

所在地: JR 石山駅南口前

滋賀大学教育学部の学生 NPO には教育の実践の場となり、また、商店街には地域貢献の場となる小中学生向けの「石山まちかど塾」を開き、商教連携で地域住民にとって身近な商店街づくりを推進する。



商店街が主催し、滋賀大生と学ぶ街かど教育プロジェクト「石山まちかど塾」ののぼり

#### 【背景】

石山商店街は、JRおよび京阪電鉄の石山駅南口から瀬田唐橋の西詰まで L 字型に伸び、旧東海道沿道を中心に形成された長さ約 650m の商店街である。

東レ、NEC、日本精工などの有力企業の立地により、1960 年代から 70 年代にかけて企業城下町の商店街として活況を呈していたが、近年は郊外型大型商業施設の乱立により買い物客が減少する傾向にある。その上、商店主の高齢化や商店街そのものの整備の遅れ等により、商店街の衰退が問題となっていた。

そのような状況の中、石山商店街では、2008 年、商店街の魅力づくりの進め方をまとめた「石山商店街アクションプラン」を策定する。『地域と歩む「暮らしのひろば」石山商店街』を理念に、「地域と連携し地域に貢献する商店街」、「地域の交流の場となる商店街」、「石山を発信する商店街」を目標像に、今後 10 年間に実施する 15 の事業を位置付けた。

#### 【経緯】

地域に貢献する商店街づくりとして、このアクションプランでは、「小中学生に体験学習の場を提供する」、「子ども達や若者に活動や発表の場を提供する」を位置づける。その一環として、大学生に活躍の場・実践の場を提供した結果、50 年続く「石山土曜夜市」をはじめとする各種イベントへの出展のほか、地元の成安造形大学の学生によるシャッターイラストや、滋賀県立大学の学生による「石アートフェスタ」が行われるなど、次第に学生ネットワークが拡大していく。

一方、石山商店街の周辺では、マンション建設が活発化しており、新しいマンション住民に商店街を使ってもらうことが課題となっていた。そのような状況の中、国立滋賀大学教育学部の学生から近頃塾に馴染めない子どもが増えていることを聞く。この問題に商店街と学生が協働して貢献できないかを議論したところ、学生からは理科離れや環境教育、地元産品への対応も併せて提案され、「石山まちかど塾」の計画が立ち上がる。具体的なカリキュラムは滋賀大学教育学部の学生 NPO 「トボス」により作成され、運営には同大学教育サークル「GETS」の協力を得ることになった。

#### 【事業の概要】

「石山まちかど塾」は、主として近隣学区の小中学生を対象に、英語・算数を教える補習塾「べんきょうクラブ」、ペットボトルロケットや風力発電、ブラックライトなどを使った理科の実験を楽しむ「じっけんクラブ」、琵琶湖名産「瀬田しじみ」を通じて

◎ 店舗数 : 134 店舗  
◎ 組合員数 : 65 人  
◎ 関連 URL : <http://www.kiyaina.com/>



滋賀大生が近隣学区の小中学生を対象に英語・算数を教える補習塾「べんきょうクラブ」。毎週水曜日の 19 時～20 時半に開校



「じっけんクラブ」では、子どもだけではなく、親子一緒の実験も行われた

地域の自然環境を学び考える「石山びわこクラブ」の 3 つのコースを開催した。定員はそれぞれ 10 名で、講師は教員志望の滋賀大生が務める。特に「石山びわこクラブ」は、教室で学ぶだけではなく、しじみ漁師や料亭の主人、唐橋焼窯元など、「瀬田しじみ」に縁が深い人たちへのインタビューや料理体験なども盛り込まれ、その記録を壁新聞にまとめ商店街や滋賀大学に掲示した。

また、3 つのクラブは、自治会館、石山商店街空き店舗「マルピー」、晴嵐市民センターなど異なる場所で開催され、送迎を通じて保護者等が自然と塾の周りの店を知ってもらうことにも配慮した。

#### 【事業の成果】

事業期間が 4 ヶ月と短かったものの、これまで「べんきょうクラブ」が 15 回、「じっけんクラブ」が 6 回、「石山びわこクラブ」が 4 回開催された。参加者数は回により異なるものの、毎回参加する子どもや、定員を超える回も見られ、子どもや保護者から好評を博している。特に、「べんきょうクラブ」の公開講座では、通っている子どもが友達を誘ってくる等、反響の輪が徐々に大きくなっている。

「石山まちかど塾」の開講にあたっては、自治会への説明会を行い、パンフレットを全戸配布し、通りにのぼりを立て周知を図った。この結果、商店街が主催し国立大学生が教える塾として近隣住民、特にマンション住民から注目を集めた。

また、この事業を通じて滋賀大学との強力なパイプができ、石山商店街コミュニティ応援団の



「石山びわこクラブ」では、しじみ漁師や料亭の主人、唐橋焼窯元などにもインタビューして、壁新聞に取りまとめた

大きな拡充となった。加えて、大学生が商店街に入り、「石山びわこクラブ」の講師依頼等を行ったことから、商店主等も刺激を受け、地域づくりへの関心を高めている。

#### 【今後の課題】

今回の商教連携事業、特に、塾という定期開催の事業を行ったことにより、商店街としても、予定したマンション住民に目を向けてもらう機会づくりを行うことができ、滋賀大生にとっても実学の場を持つことができたなど、近江商人の心「三方よし」を実現し、商店街の新しいあり方の手ごたえを掴んだ。特に、滋賀大学の学生 NPO「トボス」は、今後もこの事業を継続するとしている。

今後は、可能な範囲で「石山まちかど塾」のバリエーション化を模索するとともに、この培ったネットワークもさらに活かし、特産品の開発など来街者を更に増やす取り組みを推進し、個店の売上の向上にもつなげていきたい。

# 子育てふれあいサロン「みっばら」

## 子育て世帯と商店街・地元農家の交流

◎ 店舗数 : 32店舗  
◎ 組合員数 : 32人  
◎ 関連 URL : -



大阪府堺市

### 美原本通り商店街振興組合

所在地: 南海高野線萩原天神駅から徒歩 15 分程度

美原の原っぱから生まれたスーパーヒーロー“みっばら”とともに、小さな子供たちに商店街を PR。子育て世帯とのふれあいを通じて来街者増加をめざす。

#### 【背景】

美原本通り商店街のある美原区は堺市を構成する 7 行政区の 1 つである。2006 年 4 月に堺市が政令指定都市となったことをきっかけに現在の美原区が誕生した。高齢者人口が増加する一方で、旧美原町が堺市に編入されたことをきっかけとして近隣に分譲住宅地が整備され、広く大阪府下から移り住んでくる子育て世帯が増加してきている。一方、地域資源に目を向けると、美原区は都市農業が盛んな地域である。そのため、都市部としては珍しいのどかな田園風景が残っている地域でもあり、この農業を次世代に伝えていく活動が積極的に取り組まれている。

このような美原区であるが、商店街近隣には中小スーパーが複数立地して厳しい経営環境にあるため、何とか若い子育て世帯に商店街や地元の特産品である野菜などにも目を向けてもらい、商店街にも足を運んでもらいたいと考えていた。

#### 【経緯】

若い子育て世帯に目を向けてもらうために、まずは地域の小さな子供が商店街に興味を持って来てもらうようにしたいと考えた。本商店街では 2008 年から、みはらハッピースタンプ、というポイント事業を行っている。ス

タンプには『みっばら』(美原の愛称)という可愛いキャラクターが印刷されており好評を博していた。このキャラクターは平成 21 年 6 月にポイント事業のために公募したデザインを正式な商店街キャラクターとしたものである。この『みっばら』をもっと積極的に活用することで、商店街活性化活動を盛上げることができないだろうか、小さな子供にもっと商店街に関心を持ってもらえないだろうか、と考えた。



地元野菜の直販イベント、朝市。地元の農家や農業高校、アグリカンパニーとも連携

#### 【事業の概要】

商店街のみならず地元農家、農業高校、障害者施設を運営する NPO 法人など、地域の様々な関係者が協力して賑わい創出イベントづくりあげた。その中心的な場となったのが地域ふれあいサロン“みっばら”である。年

末から年始にかけて計 3 回のイベントが開催された。全てのイベントは子育て世帯が親子で参加できるように土曜日に開催された。まずはイベントの中心となる『みっばら』の着ぐるみを作成した。商店街キャラクターとして着ぐるみが作成されたのはおそらく全国初の試みであるという。この『みっばら』を中心として、地域の特色を活かした様々なイベントが空店舗スペースを活用して開催され、子育て世帯が商店街に足を運ぶきっかけづくりを行った。



美原の原っぱから生まれた正義のスーパーヒーローみっばら。子供たちにも大人気だ

#### 【事業の成果】

第 1 回の平成 23 年 12 月 17 日(土)は、地元野菜の直売会が開催された。これまで市役所を中心として月 2 回開催されていた朝市イベントを出張してもらうことで実現した。地元農家が自分のところで収穫した農産物について詳しく語るトークショーは、商品について色々と学べるだけでなく、生産者の顔や人柄がよく分かる好評を博した。NPO 法人が主催したおもちつき大会も季節感にあったもので大変好評であった。

第 2 回の平成 24 年 1 月 28 日(土)には、着ぐるみの『みっばら』が初めてお披露目された。もしかしたら子供たちが怖がってしま

うのでは、という心配をよそに、小さな子供も『みっばら』と一緒に歌ったり踊ったり、記念写真を撮影したりと、大人気であった。着ぐるみ『みっばら』は第 3 回の平成 24 年 2 月 18 日(土)も登場してイベントを盛り上げた。各イベントごとの来街者は約 300 名を数え、3 回のイベントで 1,000 名近い人々が本商店街を訪れた。着ぐるみ『みっばら』も可愛いと大変好評で、これをきっかけにして小さな子供連れの親子が商店街に買物に来るようになっていたりしている



ふれあいサロンのスペースでのイベント

#### 【今後の課題】

引き続き『みっばら』を活用した商店街の認知度向上への取り組みと、来街者の商店街への顧客としての取り込みが課題である。一過性のイベントに留まらず、近隣住民が買物やふれあいの場として商店街を活用するようにならなければこういった催しは意味をなさない。本商店街では、引き続き近隣の保育所や幼稚園等に『みっばら』を訪問させて地域の PR 活動を行っているほか、近隣に新しくつくられる地域密着型スーパーとの連携に向けても具体の検討に入っている。

地元は地元みなで盛り上げ共存共栄を図っていく。これが美原本通り商店街流の賑わい創出の考え方である。

# 岡本・気仙沼 人と人をつなぐソーシャルメディア 発信支援プロジェクト

## フェイスブック活用による長期復興支援の仕組みづくり



兵庫県神戸市

### 岡本商店街振興組合

所在地：阪急神戸線岡本駅および JR 神戸線摂津本山駅下車すぐ

自らも震災から立ち上がった復興商店街という経験を活かし、人と人を直接つなぐフェイスブックの積極活用を提案。長期支援を継続的に進めていくための仕組みを構築する。



岡本商店街メイン通り。自らも阪神・淡路大震災からの復興商店街

### 【背景】

岡本商店街のある兵庫県神戸市は平成 7 年 1 月に発生した兵庫県南部地震（阪神・淡路大震災）による被害が最も大きかった地域の 1 つである。当商店街の店主らも大きな被害を受けたため、営業活動を再開し、現在の町並みを復興するまでには長い時間を要した。震災からの復興を推進したのは、ネガティブな状況のなかにあっても前向きに考えを進めていく店主らの努力や、全国の数多くの支援者の暖かい助力であった。当商店街は見事に復興を遂げることができたが、数多くの支援に対する感謝の気持ちや、いつかは何かのかたちで恩返したいという思いは、当時から今に至るまで常に変わらず持ち続けていた。

平成 23 年 3 月、東日本大震災が発生した。阪神・淡路大震災の被災者である岡本商店街にとっては他人事ではない。復興商店街ならではの視点を活かした被災地支援活動を実施しようと、直ちにその具体的方法の検討に入った。

### 【経緯】

どのような支援先であれば岡本商店街が最も力になれるかを兵庫県に相談したところ、支援先として紹介されたのが宮城県気仙沼市の気仙沼新中央商店街である。早速 6 月には商店街加盟店舗の店主、学生、ボランティアら約 20 名らがバスで現地入りし、被災店主らと話し合いを持つことで被災状況や支援ニーズの把握に努めた。それをきっかけにして、岡本商店街と気仙沼新中央商店街の双方向の交流のパイプがつくられ、人の行き来ができるようになった。そういった交流から分かってきたことは、気仙沼の個人商店からの情報発信が少ないということである。気仙沼ではケーブルテレビでのインターネット利用者が多かったが、津波によってパソコンが流され、インターネット回線復旧の目途も立っていなかった。そこでソーシャルメディアの 1 つであるフェイスブックを活用し、個人商店の情報発信力強化の支援を実施することとなった。

◎ 店舗数：227 店舗  
◎ 組合員数：227 人  
◎ 関連 URL：<http://www.kobe-okamoto.or.jp>

### 【事業の概要】

まだ店舗が十分に復旧していない状態でも店主が情報発信をすることで、顧客は店主の思いや考え、復旧への道のりを知ることができる。店舗が復旧する前から、あらかじめ人（店の店主）と人（顧客）を繋げておくことで、復旧後の商売がうまく軌道に乗るような仕組みを構築することがこの支援事業の狙いである。



気仙沼のソーシャルメディアの説明会場

平成 23 年 10 月と平成 24 年 2 月に岡本から気仙沼まで 3 回の支援バスをチャーターし、岡本商店街有志が気仙沼の現地に乗り込んだ。1 回当たりの訪問者数は約 20 名である。気仙沼の店主らにインターネットによる情報発信をしてもらうための様々な準備支援を行った。気仙沼の商店 1 店舗に対して岡本の支援者 1 名が付き、インターネット環境の整備、各商店のブログの設置、フェイスブックやジマーのアカウント取得、ツイッターでの発信などの支援やアドバイスをおこなった。

### 【事業の成果】

現在までに気仙沼新中央商店街の 20 の商店がフェイスブックなどソーシャルメディアを活用し情報発信を行っている。10 月の初回訪問時はまだそれほどの反響は無かったが、

ソーシャルメディア活用店主が徐々に増えるに連れて、その効力を店主ら実感してきたところである。現地を直接訪問して知り合った店主ら、次はソーシャルメディア上で交流を重ねる。そうしてつながった岡本と気仙沼の店主ら同士が連日密にコミュニケーションを取り合い、どのように復興から街の賑わいを取り戻していくかを話合っている。

### 【今後の課題】

震災復興支援の最大の課題はいかに長期支援を継続できるかである。岡本商店街も阪神・淡路大震災時は全国から数多くの支援を受けたが、多くの支援が 2 年を目途に途切れてしまったという経験をした。また、より大きな事件や災害が起きると世間の関心はそちらへ移ってしまい、震災復興へは無関心となる。支援開始当初こそ無償のボランティア等でも一定の成果を出すことはできるが、長期支援となるとそうはいかない。支援者と支援先の双方にメリットが無ければならない。例えば、岡本商店街の一角には気仙沼の特産品販売店「まただいん」（気仙沼の方言で「またきてね」という意味）が 2 月にオープンし、その店は気仙沼の店主が経営している。岡本にとっては来街者増のきっかけとなり、気仙沼は自分たちの商品が売れる。このように双方の商売にメリットのある企画をどれだけ実現し続けることができるか、それが長期支援を継続していくための最大の鍵なのである。



岡本「まただいん」の店内の様子

# 尾道通いスノーパーク事業

## ファミリー層の流入による「子育てママに優しいまち」づくり

◎ 店舗数 : 38店舗  
◎ 組合員数 : 33人  
◎ 関連URL : -



広島県尾道市

### 尾道通い日本陣・石畳地区商店街振興組合

所在地: JR 尾道駅から東へ約1km

高齢化が進む中心市街地。雪に不慣れな子どもたちに雪遊びの場を提供することで、足の遠のいたファミリー層を街に呼び込み、地域コミュニティの活性化を図る。

#### 【背景】

文学の街や映画の街としても知られる尾道市の中心市街地は、山と海との間を東西方向に走る国道2号に並行して、尾道駅付近から東へ延長約1.6kmに渡って5つの商店街が連なっている。当商店街はその東端に位置し、江戸時代には本陣が置かれていた。古い建物が多い町並みだが、若者に人気のセレクトショップを展開する衣料小売店の本社も立地し、若者などの広域的な集客も見られる。



観光PRバナーフラッグが掲げられた「尾道通り」

観光名所の千光寺公園へと至るロープウェイの山麓駅に近く、2004年以降、観光バスの発着場や「ゆとりの広場」の整備、アーケードの美装化、路面の石畳化、観光PRバナーフラッグ製作などが進められ、観光客の通行量は増加している。

その一方、尾道駅から遠く離れていることから地元の購買層をつかみきれず、地域住民の高齢化率も45%を超えて限界集落化し、生活する子どもたちの声も聞こえない。観光客を対象とした活性化策は一過性のものに過ぎず、地元住民による街の活性化がなければ、

荒廃しかねないとの懸念が強まっていた。

#### 【経緯】

理想は地域への居住だが、近年足が遠のいているファミリー層を対象に、まずは集客イベントを実施することとなった。

5つの商店街は、尾道市商店街連合会を組織している。その女性部は2005年の発足以降、母親や子ども連れが快適に買物できるよう、おむつ交換や授乳スペースの提供、ベビーカーの無料貸し出し、「子どもに優しいお店」のマップづくりなどに取り組んできた。それらの活動のPRにも資するイベントとして企画されたのが「尾道通りスノーパーク」だ。

雪が降っても積もることのない尾道で生まれ育った子どもたちに、雪遊びを存分に楽しんでもらう。合併で市域が拡大してきた分、商店街に馴染みのない子どもたちも多く、好奇心を刺激して思い出を作り、大人になって尾道を出たとしても、その原風景に地元商店街を留め置きたいと考えた。

雪は人工降雪機の使用を検討したが予算面で厳しく、人伝に辿っていくうちに、同じ広島県の雪合戦大会で知られる庄原市高野町につながった。そして庄原市関係者や建設関連業者の協力を得て、10tダンプ3台分の雪が陸送されてくる。

#### 【事業の概要】

2012年1月28日、商店街に隣接する「ゆとりの広場」で「おのみち雪まつり」が開催された。連合会の「商店街活性化委員会」が全体をコーディネートし、広報・PR、スノーパークの設置・運営、イベント前後の期間のイルミネーションの設置などを行った。国道に近い会場のため安全対策は必須であり、会場を囲い込むようバイトのスタッフを配置すると共に、子どもたちの怪我に備えて保険に加入するなど、万全の準備に努めた。

事前の広報は、チラシ配布のほか地元の各メディアに取り上げられると共に、女性部と連携している地元子育てサークルを通じた口コミで広まった。特にフェイスブックやツイッターを通じた口コミは想像以上のスピードで拡散し、イベントPRに効果的だった。

当日は13時開場の予定だったが、午前中にダンプが到着して雪山が登場するや否や子どもたちが集まってきたため、急きょ11時開始とし、16時までの間、付添いの保護者と共に約500名が思い思いの雪遊びを楽しんだ。



「ゆとりの広場」の雪山で遊ぶ子どもたち

域貢献や市民向けサービスという点だけに全力を尽くす」という従来と全く異なる発想で臨んだ。スタッフ自身も雪に不慣れで反省点はあるが、来場者やツイッターなどで「また来年もやりますか?」といった問い合わせが多く、商業的な見返りを求めなかったことが、結果として来場者の高い満足につながったと考えられている。商店街は物の売り買いだけの場ではなく、コミュニティの役割を担うことができるといえるということ学んだという。

#### 【今後の課題】

今回の事業は、新しいイベントの方向性を模索する役に立った。高齢化が進む店主にとっても、元気に遊ぶ子どもたちの声に刺激されたようだ。雪の陸送を担った業者とも新しく関係性を構築することができ、経費削減の可能性も見えている。これを継続していくために、次回は尾道駅に近い商業会議所記念館広場を会場としたスノーパークを設置し、細長い中心商店街の両側の広場で隔年での開催を定着させていこうとの構想も既に出てきている。



商店街を彩るLEDイルミネーション

#### 【事業の成果】

商店街では、これまで販促イベントを中心に取り組んできたが、具体的な効果が出ていたとは言い難かった。今回のイベントは「地

# がんばっぺ！福島 from 周南

## 東日本大震災により被災した都市を支援する



山口県周南市

### 徳山商店連合協同組合

所在地：JR 徳山駅隣接

風評被害に苦しむ地域への支援を！

被災地支援の取り組みが、商店街の防災意識の向上を促し、来街者の安全・安心を図る新しい取り組みが創出された。

#### 【背景】

徳山商店連合協同組合はJR 徳山駅の東エリア（半径 500 メートル圏内）の特色の異なる 5 つの商店街で構成されている。石油化学コンビナート群を背景に、高度成長期には近隣市町村を含め 30 万人の商圏を形成し、山口県内屈指の中心商店街として発展してきた。

しかしながら、モータリゼーションの進展に伴い、郊外型大型店が相次いで出店する中、中心商店街内の大型店が次々に撤退・閉鎖に追い込まれ、集客力も低下している状況にある。

#### 【経緯】

周南市では、東日本大震災により被災した福島県いわき市に対し、復旧・復興に関わる業務支援として職員を派遣している。両市共にオーストラリアにあるタウンズビル市と姉妹都市交流を行っていたという共通点があり、いわき市から職員派遣要請を受けたことに拠る。「力になりたい」「手伝いたい」という思いから、これまでに総勢 69 名の職員が派遣（平成 24 年 3 月 16 日現在）され、罹災家屋現地調査、義務教育施設災害復旧事業、税申告相談業務等に從事してきた。

いわき市は、震災による原子力発電所の事故発生以来、様々な風評被害に悩まされ、特

に農林水産品については、いわき産と表示されただけで受け取りを拒否されたり、消費者に敬遠されるような事態が発生。

このような状況に、平成 23 年 6 月に周南市から派遣された職員が「何か経済的な支援もできないか」と考え、いわき市観光物産課やいわき商工会議所、徳山商店連合協同組合青年部等に相談を持ちかけたことが、本事業実施のきっかけとなった。

#### 【事業概要】

徳山商店連合協同組合青年部では、「徳山の次世代を担うのは自分たちである」との意識も高く、“こどもっちゃ！商店街”、“えびす市”等の集客イベントを数多く手掛けている。そのため本事業においても被災地支援と集客イベントをミックスさせた形態を取ることとし、周南市役所と協働しながら企画検討し、12 月 17 日に“がんばっぺ！福島 from 周南”と題したイベントを実施した。

追悼的な灯りによるイベントとしてイルミネーションとキャンドルによる“レクイエムキャンドルストリート”を設置。募金して頂いた方にキャンドルを渡し点灯してもらった。

なお、子どものダンスパフォーマンスや県内出身のアーティストによるチャリティーライブ会場でも募金を集めた。さらには、いわき

◎ 店舗数：323 店舗  
◎ 組合員数：5 組合  
◎ 関連 URL：<http://pp510.jp/>

の地域復興のイメージキャラクターである「たいらもん」の塗り絵と共に東北へのメッセージを書く“「たいらもん」塗り絵コーナー”を設置したり、子どもが書いた東北へのメッセージボードをバスに設置するなどし、「いわき市を応援しよう！」という市民意識の醸成を図る取り組みも行った。

「風評被害に負けるな！」というスローガンのもと、商店街でこれまで実施してきたマルシェイベントとコラボレーションさせる形で、“いわき物産展”を開催。いわき観光まちづくりビューローを通じて仕入れた物産品を販売した。



(左) キャンドルイベントの様子  
(右) いわき物産展の様子

#### 【事業の成果】

当日は、風が強く寒い日だったが、“レクイエムキャンドルストリート”には、通行者・鑑賞者も含めて 600 名が来場された。

募金や物産展の仕入れ・売上収益は合わせて 20 万円を超え、全額が、いわき市役所やいわき市の事業者に送られた。

いわき市とは、オーストラリアにあるタウンズビル市と姉妹都市交流を結んでいるという共通点があるといっても、普段の生活において、それを意識している市民はほとんどいない。

ところが、東日本大震災での行政間でのやり取りがきっかけとなり、いわき商工会議所やいわき観光まちづくりビューローとの繋がりができるなど、行政・民間問わず、実のあ

る交流が深まりつつあり、今後もこの繋がりを強化させたいと考えている。

さらに商店街から、今回の件をきっかけに「来街者の安全を図る必要がある」、「市民と触れ合う機会が多い商店街だからこそ防災について真剣に考えていく必要がある」等のコメントが聞かれるようになり、「防災対策」、「安全・安心なまちづくり」に向けた取組意識が向上していることが窺える。

東日本大震災から 1 年を迎える平成 24 年 3 月 11 日には、“みんなで防災 in 周南まちなか”と題し、避難・避難誘導訓練を始め、AED 講習、災害図上訓練等を行うなど、新たな取り組みも行われている。



みんなで防災 in 周南まちなかの様子

#### 【今後の課題】

あの痛ましい東日本大震災から 1 年が経過するが、いわき市とは今後も物産展を開催するなどし、関係性を強化させたいと思っている。

来街者の安全・安心を図るとい商店街の意識も高まってきた中、そうした意識を如何に風化させず、継続させるかを検討していくことが必要である。

# まちなか生鮮市場モデル開設事業

## 農商連携による高齢者も楽しめる買い物の場づくり

◎ 店舗数：131店舗  
◎ 連盟会員数：77人  
◎ 関連URL：<http://niihamaakindo.blog102.fc2.com/>



愛知県新居浜市

### 新居浜商店街連盟

所在地：JR 新居浜駅から約 2.7km

新居浜市商業振興センターの指定管理者受託を前に、商業者ならではの視点で街に不足する「食」の機能構築を試行し、集客力と波及効果の高い施設運営の実現を目指す。

#### 【背景】

江戸時代からの別子銅山によって繁栄してきた新居浜市は、人口約 12 万 5 千人の工業都市だが、昭和 48 年の閉山以降、人口の微減と一人暮らし高齢者などの増加が見られる。

今回の事業の舞台は、東西約 1 km、南北約 500m の 2 つの商店街一帯である。この地区は昭和後期の大型店出店ラッシュを経て小売店が専門店化し、呉服、時計・貴金属、高級洋品などによる「ハレの日に買物」する商店街が形成された。一方、生鮮食品や飲食店など生活に密着した業種が少ないことで、日常的な賑わいに欠ける状況でもあった。

さらに 2001 年、市内郊外に大型ショッピングモールが立地すると地区の大型店も撤退し、商店街を取り巻く環境は厳しさを増していた。

#### 【経緯】

その間、新居浜商店街連盟も様々な施策を活用した活性化策を模索し続けたが、いずれも決め手には欠けていた。

2004 年、総務省の地域再生マネージャー制度の活用を通じて、日常的に必要な「食」の不足が集客を困難にしている現状が改めて浮き彫りにされる中、翌年、初めての「はまさい」が開催される。地域のコラボレーションと多様な主体の参加、全国とのつながりを活

用するイベントの始まりとなる。

だが、その後「はまさい」は、開催自体が目的化していき、街の課題解決に至らない。見直しのきっかけは、1997 年竣工の新居浜市商業振興センター「銅夢にいほま」だった。

銅夢は、東西・南北の 2 商店街が交差する重要な立地にありながら、施設利用は貸館機能のみ、それも老朽化によって稼働率が低下し、集客力が発揮されていない。商店主自らその有効活用を図るべく、商店街連盟が 2012 年度からの指定管理者に応募したのだ。

商店街の「食」の不足を補うため、安全・安心、地産地消をテーマとした産直市場としての自主企画を提案した。銅夢を「市民の台所」と位置付け、周辺地域への飲食業の集積を誘導する。日常的に必要な街への転換を展望する中、本事業によって産直市場をモデル的に試行することとした。



「銅夢にいほま」に生鮮市場を開設

産直市場は既に近隣市にも存在する。後発であるからには、この街ならではの付加価値による差別化が重要となる。その付加価値とは「商人としての目利き」だった。地域農業との連携はもちろんだが、新居浜の農産物だけでは年間を通じた品揃えができないため、他地域の産品も仕入れなければならない。商人として旬のものを目利きする自信はある。そして他地域からの仕入れルートは、かねてより全国の商店街との連携・交流によって培ってきたネットワークが有効だと考えた。

#### 【事業の概要】

2012 年 1 月 22 日、第 8 回はまさい、冬の七夕事業、第 28 回百縁笑店街の 3 事業と合同で開催した「はまさいフェスティバル」において、「まちなか生鮮市場」が登場した。

銅夢のイベントホールでは、農畜産関係者が野菜等を販売すると共に、「東日本大震災パネル展」のコーナーも設置。市民ギャラリーでは、別子山のオーベルジュのシェフが、この野菜等を使用した限定 100 食のワンプレート創作ランチを提供した。

生鮮市場の鮮魚部門は、近くのスーパー跡地に設け、地元の魚のほか、宮城県南三陸町や兵庫県香住町などの水産物が販売された。

新居浜は、全国 14 の地域と防災対策で連携し、「美味しい救援物資がやってきた！」と称する平時の練習「ぼうさい朝市」を開催していたが、メンバーの南三陸町の被災を受けて、「ぼうさい朝市ネットワーク」は現地での全



人気の「食」の提供 全国との交流・連携

国産直「復興市」に参加していた。南三陸町の復興支援は今回のテーマの一つでもあり、北海道から鹿児島まで 13 地域から人と「美味しい特産物」が銅夢前に集まった。

#### 【事業の成果】

4 事業のコラボレーションは、例年の「はまさい」を 2 万人も上回る約 3 万人の人出を生み、銅夢一帯にイベント会場を点在させたことで、新たな来街者の回遊が創出された。

全国的なラグジュアリーホテルで研鑽を積んだシェフの提供する創作ランチは、商店街の顧客からも高く評価された。富裕層の多い商店街の顧客は、従来のイベントでは満たされなかったのだ。新しい人との結びつきだけではなく、これまでの顧客との関係性を再構築する方向性が見えてきた。

また事業運営には、まちづくり団体、NPO、ボランティア、高校生や高専生など、若者を中心に数多くの方が販売補助や来場者アンケートなどに従事し、全体で 170 にも及ぶ団体が参加する一大市民イベントとなった。



若年層も運営に参画

#### 【今後の課題】

全国の地域との連携・交流を通じて各地の「美味しい特産物」が集結し、地産地消の野菜等と融合して、魅力ある生鮮市場を形成する。それを使った美味しい料理に人が集まる。思い描いていた「食」を活かしたまちづくりの一端が見え、「まちなか生鮮市場」の具体的なイメージが確認された。この成果を踏まえ、次年度以降は銅夢の指定管理者として、施設と街の魅力を創り出していく。



# 人にやさしい商店街づくり推進事業

## 高齢者と若い世代に商店街を訪れる“きっかけ”を創る

◎ 店舗数：46店舗  
◎ 組合員数：46人  
◎ 関連URL：-



福岡県行橋市

### 新美夜古商店街振興組合

所在地：JR行橋駅西口から徒歩3分

高齢者向け、子育て世代向け等、ターゲットを絞り込んだイベントを実施。

同時に開催することでふれあいを創出し、来街者の増加を図る。

#### 【背景】

新美夜古商店街はJR行橋駅東口から徒歩3分程度のところにある。小倉駅までは約25km、車で30分、普通電車で30分（特急15分）という距離のため北九州市のベッドタウンとなっている。実際に、行橋市が誕生した昭和29年時点では約4万人であった人口も現在では7万人を超えており、今でも増加傾向にある。

しかしながら、新美夜古商店街は1990年以降、徐々に客足が途絶え、空き店舗が増えていった。

その背景には、人口増加に伴い、1990年代に入り、大型店が次々に郊外に出店したこと、さらには、1999年から2003年にかけて、JR行橋駅西口において再開発事業が実施されたことにより、西口に店舗・住宅が集積していったことが挙げられる。

元々、新美夜古商店街が位置する行橋駅東口側が、中津街道の宿場町として栄えた歴史もあり、駅前中心市街地として賑わいを見せていたが、現在では新たに行橋市に居住する若者や若者世代は西口エリアで買い物を、高齢世代は買いなれた東口エリアで買い物をするようにすみ分けがなされている。但し、近年では高齢者の買い物客も少なくなってきた状況にある。

#### 【経緯】

新美夜古商店街では、顧客層が高齢者であること、周辺に銀行、信用金庫等が集積していることを活かし、高齢者の多くがまちなかを訪れる年金支給日に合わせ「年金セール」を開催していた。



年金セール実施開催案内のチラシ

しかしながら、「年金セール」実施は2ヶ月に1回であり、そのときには数多くの高齢者が集まるものの、普段は高齢者の購買客もいなかった。高齢者に「何故普段は商店街を利用しないのか」と尋ねてみたところ、「タクシーを利用しないといけない」等交通の便を理由とする課題のほか、「まちなかには行きたいとの思いもあるが年金を受け取るなどの用事が無いと実際には行かない」との声が多く挙げられた。そうした状況を鑑み、高齢者がまちなかを訪れる日にセールを行うだけでなく、まちなかを訪れたいくなるような“用事”を創

出することで、高齢者福祉にも寄与できる方法はないかと検討を行い「健康フェア」等のイベントを実施することとした。

#### 【事業概要】

これまで実施していた年金セールに合わせる形で高齢者向けに12月15日・16日と2月15日・16日に「健康フェア」を実施。市の健康づくり推進係と連携し、商店街のコミュニティ広場で保健師による血圧測定や健康体操、体力測定、健康診断を無料で行うというものである。

「健康フェア」の実施に関しては、行橋市内で活動するボランティアグループの“ゆくはし健幸つなぎたい隊”の協力を得ながら実施している。“ゆくはし健幸つなぎたい隊”とは、健康であることが幸せに繋がるという考えで活動を行っている団体であり、新美夜古商店街の高齢者福祉に対する考え方・スタンスに共感頂き支援を受けることができた。

また、「高齢者の笑顔を創るには子供や若者世代が賑わっているところを見せることが必要である」との考えから若い人に商店街に足を運んでもらう一つのきっかけとして「健康フェア」に合わせ12月15日・16日に「リサイクルバザー」も開催した。



ゆくはし健幸つなぎたい隊の協力を得ながら「健康フェア」を実施。待ち時間の間にも会話が弾む

#### 【事業の成果】

「健康フェア」は2回実施したが、いずれの回においても約40名の高齢者が参加した。コミュニティ広場内は常に満員状況であり、広告チラシ等を使いPRを行った成果もあつてか、これまであまり見かけたことのない高齢者の方の参加もあり、潜在的な高齢者層顧客の引き出しに成功したと考えている。

なお、血圧測定結果等、前回の数値と比較ができるよう健康チェックシートを配布したが「次回も参加したい」との意欲の引き出しになっているようであり、2回とも参加した高齢者も多く、「健康フェア」を通じて新たに知り合いになるケースも見受けられた。

「リサイクルバザー」はバザー商品が少なかったこともあり12月15日・16日のみの実施となった。小規模ながらも狙い通り地域の子育て世代の交流や若い世代が商店街を訪れる一つの“きっかけ”になったことは間違いなく、今後もこうした“きっかけ”を数多く創出していくことが必要だと考えている。

#### 【今後の課題】

「健康フェア」に関しては「次も参加したい」との高齢者が多くいることから継続して実施していくつもりであり、今後は、潜在的な高齢者層顧客の拡大を如何に図っていくか等について検討していくつもりである。

「健康フェア」の参加者にインタビューをすると「買い物には行きたいが億劫である」「交通手段が限られている」とのコメントが多かった。例えば「コミュニティバスを走らせてはどうか」等のアイデアも商店主から出るようになってきている。

今後は、こうしたアイデアの具現化を市やボランティア団体、NPO法人等と協働しながら検討・実施していきたいと考えている。

# 南部自由市場 復興市

生産者とお客さんが楽しく出会う楽市楽座

◎ 店舗数 : 16店舗  
◎ 組合員数 : 16人  
◎ 関連URL : <http://www.nakatsu-cci.org/himawari/ichiba.html>



大分県中津市

## 中津市新博多町商店街振興組合

所在地: JR 中津駅から徒歩 10 分

かつての賑わいを取り戻しつつあった中で、  
火事により中断を余儀なくされた商店街版  
“楽市楽座”。地域コミュニティの強い要望を受け再開される。

### 【背景】

大分県中津市は、大分市、別府市に次いで人口が3番目に多い都市であり、城下町として栄えたため文化財や歴史的建造物が豊かな観光都市としても知られている。

新博多町商店街も300有余年の歴史を持ち、かつては大分県北部の中心的な商店街として賑わいを見せていた。しかしながら、昭和57年にそれまで隣接していた市役所の移転、平成13年には商店街の一角を占めていた老舗大型スーパー寿屋の廃業。年々、空き店舗が目立つようになり現在では、商店街内で生鮮品を取り扱う店舗は無くなってしまった。

### 【経緯】

現在の高齢者層は、旧中心市街地である新博多町商店街で買い物をする事自体がステータスであった時代があり、そうした良き時代を再生させようと、2年半前、商工会議所会頭の呼びかけにより「南部再生会議」が設置され、再生手段の一つとして近隣の高齢者を対象とした御用聞きとして「ひまわり隊」が組織されることとなった。「ひまわり隊」の調査によると、「生鮮品を買える店舗が欲しい」という要望が多かったため、どうするべきか商店街で検討。その結果、“南部自由市場”と

称しアーケードに「でみせ」を開設することを決定。市内の農業者や住民などを中心に約60店舗が出店し、月2回開催していたところ、徐々に人が増え、毎回約2,000名が来街するまでになっていた。

高齢者からは「30年から40年前のにぎやかな時代が戻ってきたようだ。懐かしい！」との声が聞かれるなど、かつての賑わいを取り戻しつつあった。

ところが、平成23年8月27日、新博多町商店街エリアの1/4が失火により焼失。6店舗のほか、組合事務局も全焼するなど、大きな被害を及ぼした。



火災により10棟が全半焼

“南部自由市場”も中断を余儀なくされていた。その間も「ひまわり隊」の活動は続けていたが、「早く再開して欲しい」「やめないで欲しい」等の要望が多数寄せられ、出店者からも同様の要望が寄せられていた。そうし

た盛り上がりを受け、再開を検討していくこととなる。

### 【事業概要】

商工会議所と検討を進め、10月9日に「南部自由市場 復興市」と題したイベントを開催した。なお、当初の事業計画には無かったが、中津青年会議所の東日本大震災意識変革事業「がんばろう日本！」と共同開催とし、アーケードには、被災地の特産品を扱うアンテナショップも設置した。イベントもダンスショーやスタンプラリー等のほか、AED講習など盛りだくさんの内容となっている。

10月9日以降、月2回ペースで開催しており、着実に賑わいを取り戻しつつある。

### 【事業の成果】

10月9日には、「でみせ」の数は過去最高の約140店となり、早朝から予想をはるかに上回る人が訪れ終日賑わいを見せた。

現在までに、「でみせ」の数は延べ180を越えており、新たな出店者も増えている状況である。元来、新博多町商店街には、生鮮以外の衣料品や宝飾等を取り扱う店舗が多く、そうした店舗への集客効果が課題となっていたが、スタンプラリーを実施したことにより、来街者がどの店舗に訪れているかということが明確にわかるため、例えば衣料品店では、ワゴンセールを実施したり魅力的なPOPを創るなど、誘客のための工夫が行われるようになってきている。

また、近隣のグループホームからも、「継続して実施して欲しい」との声も寄せられている。出店者とのふれあい・会話が入居者の楽しみとなっており、元気を引き出しているようである。出店する度に行列ができた、売上を伸ばしている店舗があり、中には、店舗を構えたいという意欲を示している出店者も

いる。

事業実施当初は、かつてのにぎわいを再生することを目的としていたものであったが、出店者にとっては、おとしチャレンジショップのような位置づけとしても捉えられているようである。

これによって空き店舗解消の兆しが見え始めており、新博多町商店街としても、意欲のある出店者を応援していきたいと考えている。



南部自由市場 復興市の様子

### 【今後の課題】

来街者からは「生鮮品は買いためをしても2週間後には無くなるため1ヶ月に2回は実施して欲しい」との要望が多かったため、10月9日以降は、月に2回実施している。

現在は、色々と試行錯誤を重ねながら実施している段階であるが、出店希望者が増え、来街者も増加していること、状況を勘案し、必要に応じて開催回数を増やすのみならず、出店の要件や留意点、来街者に対する安全対策等も講じていく必要があると考えている。

また、回数を重ねる毎に、市外から「南部自由市場」を目標とした観光客も増えている状況にある。商店街としては、賑わい空間をさらに広げていくためにも、文化財や歴史的建造物を活かした観光施策も行政と連携しながら検討していく必要があると考えている。

# 延岡えきまえ市場創設事業

音楽がもたらす効果を賑わい創出に活かす

◎ 店舗数 : 35店舗  
◎ 組合員数 : 35人  
◎ 関連URL : <http://akinaido-nobeokacity.com/saiwaimati.html>



宮崎県延岡市

## 幸町商店街振興組合

所在地: JR 延岡駅前すぐ

延岡駅前にかつての賑わいを！  
音楽を思い出づくりの装置として活かす。  
駅前再開発に向けた商店街の新たな取り組み

### 【背景】

県内人口第3番目である延岡市の幸町商店街は、延岡駅前の中心市街地に位置する。

古くから工業都市として栄えてきた延岡市はビジネス関係の来街者も多く、幸町商店街は駅前立地という特性上、旅館、飲食店等が数多く営業し賑わいを見せていた。

幸町商店街は1980年後半には100店舗以上あったが、産業構造や郊外への大型店の進出等が影響し、現在では35店舗まで減少している。

しかしながら、近隣においてマンション開発も行われており、商店街エリアの中でも地元資本スーパー等は高い集客力を見せる店舗もあり、区域内には多くの潜在的な地元顧客がいることは明らかである。

商店街全体としては地元顧客に対して集客を図る取り組みを行っていなかったことを反省し、2008年頃より若手商工者を中心にミニイベント実施等を行うようになる。

### 【経緯】

2009年、延岡市より延岡駅前地域の整備計画が発表される。商工会青年部を主体とする若手経営者の勉強会や地元NPO団体が協働し、「駅前再開発と併せて、賑わいのある商店街を如何に創出していくか」等を検討していた。

しかしながら、特に、高齢の店主や地元住民を中心に「若手に任せればよい」、「自分たちは関係ない」等の他人任せの雰囲気が充満していた。そのため、まずは、それぞれが主体的に自らのこととして考えてもらうきっかけ・場づくりを行うことが先決であるとし、その一環として「延岡えきまち市場創設及び市場創設記念第1回延岡えきまち音楽祭」を実施することとした。



延岡えきまち音楽祭には多くの地元出身者が出演

「何故、音楽祭なのか？」商店街が大いに賑わいを見せていた頃、その一角に老舗デパートが存在し、テーマソングが流れていた。商店主同士でその話をしていた所、高齢の店主は「あの頃が一番賑わっており、いい時代だった」。若手の店主は「親と一緒に買い物や食事をしたことを思い出す」と、音楽が懐旧の情をかきたてることに着目し、音楽を

思い出づくりの装置として活かしたイベントを行うこととした。

### 【事業概要】

今回実施した音楽祭は幸町商店街が主催者となって取り組んだ初めてのイベントである。誘客・集客を図ることはもちろんであるが、駅前再開発を見据えて、店主達が自らの力でイベントを企画・運営する能力を身に付けること、成功体験を次への活動ステップにつなげること、他の商店街との連携・協働意欲を高めることも目標の一つとした。

10月23日、午前11時から午後8時まで、JR延岡駅前エリアを中心に第1回延岡えきまち音楽祭を実施。ステージが設置され、地元出身者を中心とするバンド演奏、合唱等が披露されたほか、地元生産者との連携を図るとして物産市を開催。地元で収穫された野菜や地場産品を使ったスイーツ等を販売した。

さらに延岡市の兄弟都市であるいわき市が東日本大震災の影響により風評被害を受けていたことから、支援の一環として延岡観光協会を通じていわき市の地場産品の買い付けを行い販売した。夕方からは駅前の一部が歩行者天国とし、ダンスなども披露された。



歩行者天国でダンスを披露する子ども達

### 【事業の成果】

音楽祭の出演者は、18団体、総勢250名に上った。当初は、いくつかの団体に参加を呼びかけただけであったが、「このようなイベントを待っていた」「参加させて欲しい」との声が寄せられたため、できるだけ多くの方々の希望をかなえるようにプログラムを作成したところ、コーラス隊による合唱から若手のバンド演奏まで老若男女が楽しめるイベントとなった。

物産市には25店舗が出店。予想の倍以上の売上があり盛況であった。

多くの店主達は、今回のイベントを通じて地元の団体と協働することで賑わいが創出できることを認識し、自分たちが主体的に活動しようという意識が高まったようである。地元住民の中には「今後、このようなイベントがあれば、駅前に所有する空き地を駐車上として利用して欲しい」等の好意的な提案が続々寄せられるようになってきている。

### 【今後の課題】

今回のイベントを通じて、店主達の意識が代わり、駅前再開発計画に対しても主体的に考える、話し合い・ワークショップも活発に行われるようになってきた。

今後は、消費者にとって魅力的な個店づくりをどのように行うのか、新たに出店したいと考える仲間を如何に増やすか等、の具体的な議論を行っていく必要がある。

幸町商店街振興組合としては、店主達が主体的に賑わいづくりを行う機は熟したと考えており、こうした成功体験を積み重ねることが次への活動のエネルギーになると考えており、今後もNPO等と協働したイベントを実施したいと考えている。

# チャレンジ！天文館にぎわい通り大学+オープンマーケット

## 新しい商店街のスタイルを探す



鹿児島県鹿児島市

### 天文館にぎわい通り商店街振興組合

所在地: JR 鹿児島中央駅から 1km

商店街への賑わいを取り戻すには、まずは商店主が賑わいを実感し楽しむことが必要だとの考えにより、体现の場や実施体制づくりを行う。

#### 【背景】

鹿児島市内で最も賑わいを見せる天文館エリアの一角を占める天文館にぎわい通り商店街は、昭和の時代より衣料品等を中心にいわゆる老舗と呼ばれる店を中心に形成されてきた。

しかしながら、大手スーパーや全国チェーン店の郊外進出により年々地元顧客が減少。観光客についても天文館エリア全体でみると多くの人が訪れているが、誘客できない状況であった。

また、3年前、商店街全体の敷地のうち1/5を占めていた老舗ホテルが廃業したことで極端に通行客が少なくなり、それに呼応するように空店舗が増加した。

それまでにも、鹿児島市・商工会議所等と協働し、空き店舗対策事業も検討してはいたが、店舗所有者との間で家賃折衝等クリアしなければならない課題も多く、出店に至ることはなかった。

#### 【経緯】

商店主の間では、「空店舗が解消されるだけでよいのか」、「老舗店が多いものの後継者問題が年々深刻になっている」、「これまで培ってきた天文館にぎわい通り商店街のカラーが失われてしまうのではないか」という危機

感が蔓延していた。

そうした状況の打開に向けて、若手商店主達の中から「次世代の商店街スタイルを検討していこう」との声が上がるようになり、その一環として空店舗を活用して「ワークショップ」や「講習会」のほか、「オープンマーケット」の実証実験を行うこととした。

その際、商店街の魅力を知りつくした“商店街関係者を巻き込むこと”、“ソーシャルビジネス創出を見据えた活動を行うこと”の2点をキーワードとし活動を始めることになる。



天文館にぎわい通り大学外観

#### 【事業概要】

上記に示した2点のキーワードをつなげた事業として空店舗に10月10日「にぎわい通り大学」を開校し、喫茶店経営者による「おいしいコーヒーの入れ方講座」「野菜ソムリエによる食育講座」等、多様なプログラムを創

◎ 店舗数 : 34店舗

◎ 組合員数 : 42人

◎ 関連URL : <http://www.nigiwai.tenmonkan.com/>

出した。

その運営は、鹿児島の地域活性化等を目的に設立された“NPO 法人かごしま活性化地域創生協会(通称:Kyara(キャラ)かごしま)”と協働で行っている。

このように商店街とNPOがコラボレーションし、講座等を行うことは鹿児島市内においては初の試みとされ開校当初より注目された。

“Kyara(キャラ)かごしま”とは「行こう！ 知ろう！ 楽しもう！ かごしま」をテーマに活動している法人であり、「にぎわい通り大学」の管理や運営をアシストする代わりに、店舗の一部スペースにおいて、ご当地キャラクターグッズの販売や買い物客向けに一時荷物預かりサービス等を実施し、自主財源を獲得するというwin-winの構造になっている。

「オープンマーケット」では、商店街の中に生鮮品や食べ歩きを行うような飲食店を扱う店舗が無かったことから、第3土日に商店街のアーケード内にパラソル・テーブルを並べてマルシェ風のマーケットを開催した。



オープンマーケットの様子

#### 【事業の成果】

「にぎわい通り大学」では合計20種類以上のワークショップを開催。ハンドクリーム作り、フラワーアレンジメント、パッチワーク、英会話、商店街ツアー等の色々なメニューが展開されている。

「オープンマーケット」も盛況であり、「来街者が天文館にぎわい通り商店街を素通りせず、滞留するようになったことが最も嬉しい」と商店街関係者からは好評である。

また、“Kyara(キャラ)かごしま”におけるご当地キャラクターグッズ等の売上を見ると、10月に約45,000円、11月には約50,000円程度であったものが、12月には約350,000円まで増加しており、地元住民に認知されるだけでなく、観光客も訪れるようになったことが大きな要因として考えられる。



にぎわい通り大学で実施されているプログラム実施の様子

#### 【今後の課題】

「にぎわい通り大学」は、空店舗対策の一環で3月末までの期間限定として試験的に実施したものであるが、参加者や商店街関係者ともに、「継続的に実施して欲しい」「もっとメニューを増やして欲しい」「長期実施を見据えて連続講座のようなスタイルも取り入れて欲しい」等の要望や課題が数多く寄せられている。

こうした要望や課題に応じるためにも「にぎわい通り大学」を継続させる必要があると考えており、今後は、より一層“Kyara(キャラ)かごしま”や行政関係者等と相談しながら、望ましい運営手法や推進体制を検討していくつもりである。