

にぎわいあふれるまちづくりに向けて

がんばる商店街

77選



平成18年
経済産業省 中小企業庁編

(表紙裏面)

目 次

前 文 経済産業大臣 二階 俊 博

1	にぎわいあふれる商店街	1
(1)	北海道	3
(2)	東 北	11
(3)	関 東	19
(4)	中 部	39
(5)	近 畿	49
(6)	中国・四国	61
(7)	九州・沖縄	67
2	アイデア商店街	81
(1)	北海道	83
(2)	東 北	89
(3)	関 東	109
(4)	中 部	121
(5)	近 畿	129
(6)	中国・四国	135
(7)	九州・沖縄	143
3	まちづくりと一体となった商業活動	157
	(参考)事例選定小委員会委員名簿	190
	お問合せ先	191

掲載事例一覧

1	にぎわいあふれる商店街	1	(4)中 部	121
(1)北海道		3	堅町商店街(石川県金沢市)	122
帯広市中心部10商店街等(帯広市)		4	銀座通り商店街(愛知県瀬戸市)	124
札幌狸小路商店街(札幌市)		6	表参道発展会(いなり楽市実行委員会)	
本郷商店街(札幌市)		8	(愛知県豊川市)	126
(2)東 北		11	(5)近 畿	129
盛岡市肴町商店街(岩手県盛岡市)		12	福島聖天通商店街(大阪府大阪市)	130
仙台市内6商店街(宮城県仙台市)		14	篠山市内15商店街等(兵庫県篠山市)	132
七日町商店街(山形県山形市)		16	(6)中国・四国	135
(3)関 東		19	鳥取本通商店街(鳥取県鳥取市)	136
宇都宮ユニオン通り商店街(栃木県宇都宮市)		20	奉還町商店街(岡山県岡山市)	138
		22	呉市中央地区6商店街(広島県呉市)	140
川越市内7商店街(埼玉県川越市)		24	(7)九州・沖縄	143
ハッピーロード大山商店街(東京都板橋区)		26	飯塚市内6商店街(福岡県飯塚市)	144
中延商店街(東京都品川区)		28	NPO法人子どもの本屋ピピン(呉服町名店街)	
武蔵小山商店街(東京都品川区)		30	(佐賀県佐賀市)	146
烏山駅前通り商店街(東京都世田谷区)		32	諫早市内3商店街(長崎県諫早市)	148
巢鴨地蔵通り商店街(東京都豊島区)		34	上乃裏通り(熊本県熊本市)	150
元町エスエス会(神奈川県横浜市)		36	中央通り商店街(大分県臼杵市)	152
静岡呉服町名店街(静岡県静岡市)		39	山下新天街商店街(宮崎県延岡市)	154
(4)中 部		40	3 まちづくりと一体となった商業活動	157
街なか感謝デー実行委員会等(富山県富山市)		42	江差町歴まち商店街(北海道江差町)	160
		44	小樽運河周辺商業集積(北海道小樽市)	162
片町商店街(石川県金沢市)		46	青森市新町商店街(青森県青森市)	164
玉宮通り商店街(岐阜県岐阜市)		49	青梅市内8商店街(東京都青梅市)	166
大須商店街連盟(愛知県名古屋)		50	㈱まちづくり三鷹(東京都三鷹市)	168
(5)近 畿		52	㈱飯田まちづくりカンパニー(長野県飯田市)	170
京都錦市場商店街(京都府京都市)		54	㈱まちづくり長野(長野県長野市)	172
粉浜商店街(大阪府大阪市)		56	㈱黒壁(滋賀県長浜市)	174
天神橋三丁目商店街(大阪府大阪市)		58	彦根市内6商店街(滋賀県彦根市)	176
豊中市内5商店街等(大阪府豊中市)		61	京都市伏見区商店街(京都府京都市)	178
阪神尼崎駅前13商店街(兵庫県尼崎市)		62	神戸市内11商店街等(兵庫県神戸市)	180
(6)中国・四国		64	水木しげるロード周辺商店街(鳥取県境港市)	182
高松丸亀町商店街(香川県高松市)		67	松江天神町商店街(島根県松江市)	184
松山中央商店街(㈱まちづくり松山)		70	豊後高田市内8商店街(大分県豊後高田市)	186
(愛媛県松山市)		72		188
(7)九州・沖縄		74	オーバルパティオ(宮崎県都城市)	188
佐世保市内2商店街(長崎県佐世保市)		76		
長崎市中央地区商店街(長崎県長崎市)		78		
ストリート・アートブックス熊本実行委員会		81		
(熊本市内6商店街)(熊本県熊本市)		83		
宮崎市内6商店街(宮崎県宮崎市)		84		
中央地区商店街(鹿児島県鹿児島市)		86		
那覇市国際通り4商店街(沖縄県那覇市)		89		
		90		
2 アイデア商店街		92		
(1)北海道		94		
北見市内4商店街(北見市)		96		
函館西部地区バル街(函館市)		98		
(2)東 北		100		
八戸屋台村「みろく横丁」(青森県八戸市)		102		
㈱黒船(岩手県奥州市)		104		
花輪新町商店街(秋田県鹿角市)		106		
中通り商店街(山形県酒田市)		109		
新庄南北本町商店街等(山形県新庄市)		110		
昭和縁結び通り商店街(山形県高畠町)		112		
桐町通り商店街(山形県米沢市)		114		
七日町通りまちなみ協議会・アネッサクラブ		116		
(福島県会津若松市)		118		
郡山市中央商店街(福島県郡山市)				
(3)関 東				
みやのかわ商店街(埼玉県秩父市)				
早稲田大学周辺商店街連合会(東京都新宿区)				
村上市中央商店街(新潟県村上市)				
新居町内商店街(静岡県新居町)				
まちの情報館(静岡県沼津市)				

あきんど

商人が主役で街のにぎわいを！ ～「がんばる商店街77選」刊行に当たって～



中小小売商業者の果敢なチャレンジ精神と伝統ある商人魂こそ街のにぎわい回復のカギであると信じています。

現在、経済産業省は、長い不況のトンネルから脱出しつつある景気回復を着実に軌道に乗せると共に、小泉総理の方針に基づき、これから先、「改革」の向こうに明るい未来を築くために、「新経済成長戦略」を策定しています。我が国経済の大きな部分を占める地域の中小事業者の活力は、地域経済の活性化のリードオフマンの役割が期待されています。

中心市街地の再活性化は、地域経済のまさに原動力であります。特に、伝統・歴史、文化を育み、居住、公益、産業等の各種機能と一体となって、地域コミュニティを形成してきた商店街など中小小売商業者の皆さんの頑張りは我が国の誇りであります。経済産業省では、これらの中小小売商業者の活性化に向けた取組が他のまちづくりの諸事業と連動し、起爆することで、街のにぎわい回復につながるよう、今国会に「中心市街地の活性化に関する法律案」を提出し、早期成立に努力しています。

中心市街地を取り巻く厳しい環境の中ではありますが、今日までの持てる英知を結集しておられる店主・商店街の皆さんの元気な声が国民の皆さんを鼓舞することにもつながります。

私も、時々、街を歩いておりまして、商店街の皆さんの創意工夫により「何となく訪ねてみたくなるような街」、「お客様が思わず足を止めてくれるような街」、まさにお客さまや住民の要望に応えるため一層のご努力を期待するものであります。

本書はこうした全国津々浦々の商業者の皆さんの取組をご紹介しますものです。まだまだ埋もれているチャレンジ精神の旺盛な店主・商店街の方々が、これなら私たちでも出来る、或いは、うちもっと凄い取組をやるという際の参考にしていただくためのものでもあります。本書をご覧になり、さらに素晴らしい取組が行われ、個性あふれる商業者の知恵と行動が、地域コミュニティとしての商店、商店街ひいては街のにぎわい回復に結びつくことが出来れば何よりの喜びであります。

今回、頑張っておられる事例として選ばれた77の誇るべき皆さん方は、さらに前進して頂きたい。そして、後に続く全国の大多数の中小小売商業者のフロントランナーとしてのご活躍ご発展をお祈りします。皆さんの持つおられる経営のノウハウを是非経済産業政策の上にも反映して参りたいと考えております。

最後に、全国の商店街のさらなる発展のために、経済産業省も商店街の皆さまと心をつなげて頑張ることをお約束するものであります。全国の同志がご健勝でご活躍されますよう心から期待してメッセージと致します。

平成 18 年 5 月
経済産業大臣

二階俊博

全国のがんばる商店街77選

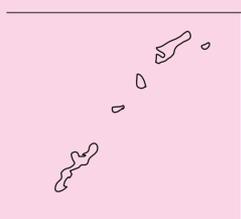
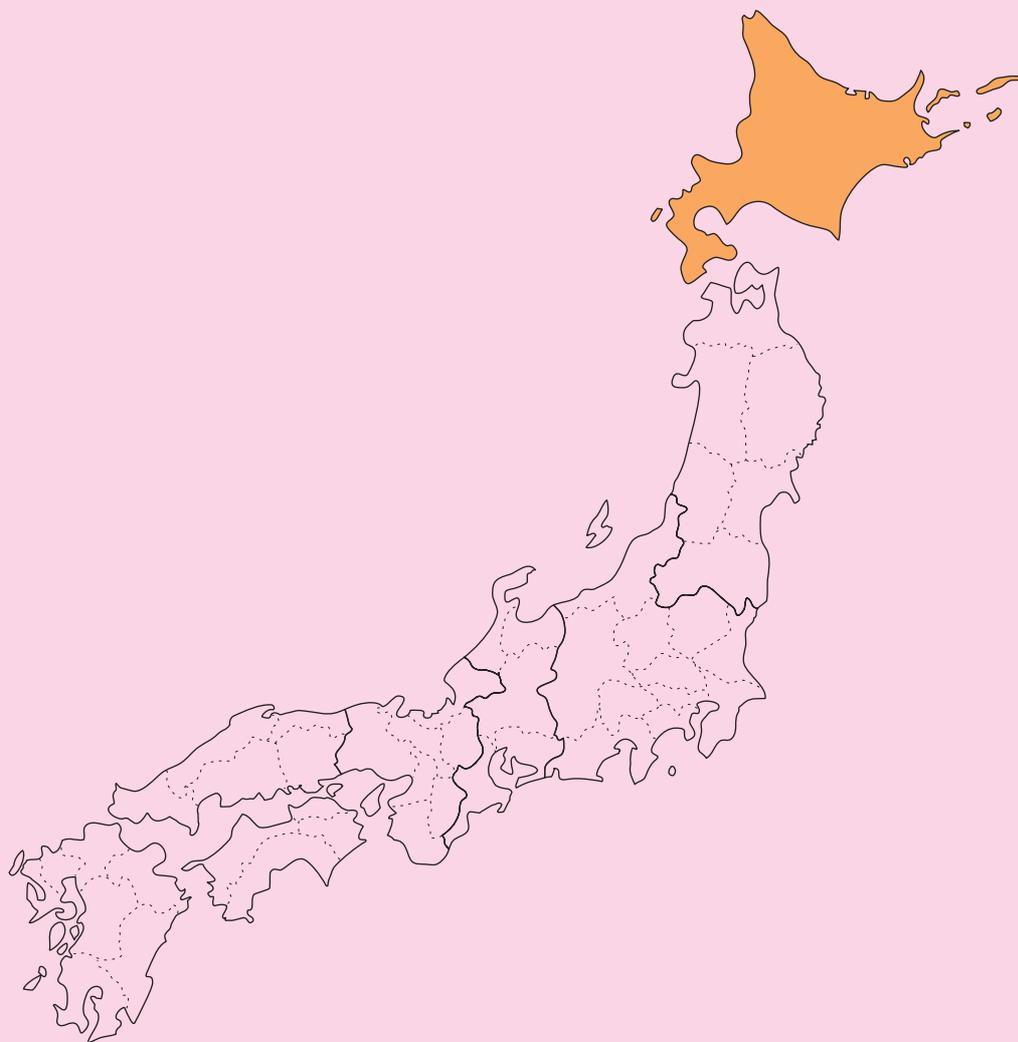
本書は、商店街の活性化あるいはにぎわいあふれるまちづくりに向けて日々頑張っておられる皆さまの取り組みの参考としていただく目的で、全国の商店街や地域の皆さまのアイデア事例を集めたものである。事例の収集については、全国の経済産業局のネットワークを活用し、地方公共団体や全国商店街振興組合連合会等の協力も得て行った。

集めた情報の中から、商店街や地域に特色のある取り組みで、実際に商店街やまちのにぎわいにつながっているものや、特に独自性のある取り組みなどを、他の商店街や地域の皆さまの参考になる取り組みを選定するという観点からアイデア性に着目して、中小企業政策審議会商業部会に設置した事例検討小委員会（委員長：大西 隆 東京大学先端科学技術研究センター教授）の検討を経て選定をしたものである。

少子高齢化や人口減少の進展の差異等、地域によって置かれている状況は様々であり、本書に掲載されていない商店街や地域でも活性化に向けた懸命な努力が続けられている。そのような商店街や地域の皆さまの取り組みの一助となることを期待して作成したものである。

1 にぎわいあふれる商店街

にぎわいあふれる商店街において、参考となる取組事例を掲載しています。



(1)北海道

帯広市中心部10商店街等（帯広市）・・・・・・・・ 4

札幌狸小路商店街（札幌市）・・・・・・・・・・・・ 6

本郷商店街（札幌市）・・・・・・・・・・・・・・ 8

「北の屋台」によるまちなかコミュニティづくり

商店街等活性化事業の事例

北海道帯広市 帯広市中心部10商店街等

！ ここがポイント

寒さの厳しい北海道において不可能とされていた「屋台」を新たな発想により創り上げ帯広モデルとして全国に発信。



全国のモデルとして注目される「北の屋台」

事業実施の背景

北海道帯広市は肥沃な畑作地帯が広がる十勝平野の中心に位置し、農業を基盤とする田園都市として十勝経済の中核を担い発展してきた。

市内中心部は、JR 帯広駅前通りを中心に商店街が形成され、昭和40年代に入り街路(通り)ごとに商店街組合の組織化が進み、文字通りまちの中心(帯広市の顔)として栄えてきた。

しかし、モータリゼーションの進展に伴い市街地が拡散し、郊外の宅地開発が進むなかで、大型小売店の郊外出店が相次ぎ、中心部の人通りも減少の一途をたどり、商店街には空き地・空き店舗が目立つようになってきた。

このため、行政は平成12年度策定の「帯広市中心市街地活性化基本計画」において、

人と人のネットワークによる魅力づくり、中心市街地の魅力向上のための商業・交流等の核となる施設の充実、高齢者などすべての人が暮らしやすいまちづくり、中心市街地の魅力を相乗的に高めるための商業活性化事業の実施等を目標に掲げ、中心市街地の活性化への支援を行ってきた。

なかでも、TMO関連事業である「北の屋台」は、民間の自由な発想で生まれ、寒さの厳しい北海道では不可能と言われていた屋台村を実現し、帯広の屋台がモデルとなり全国の屋台ブームの火付け役となった。このほかTMO関連事業である高齢者下宿「エバーハウス菜の花」は、高齢者に安心して生活できる場所を提供するだけでなく、中心街を多世代の人々が活発に行き交う街にしたいとの思いから商業者の発案によりビジネスホテルを全面改装してオープンした。

また、中心部10商店街でも、これまで個別に行なってきた活性化事業を、さらに効果的なものへと発展させようという連携・協力のもと、まちなかの魅力アップ、賑わいの創出を図るため、大規模なイベントを共同で行った。

事業の概要

「北の屋台」

「北の屋台」は、「帯広のまちを良くしたい、中心街に賑わいを取り戻したい、もっと場所の特性を活かした特色あるまちづくりを」と願う市民が集まって、2年半の調査、研究を経て、商いの原点である「屋台」というキーワードにたどりついた。日本全国や海外の屋台を視察するなど、帯広型オリジナル屋台づくりを目指し、北国の寒さや法律の壁など様々な問題を乗り越え、平成13年7月にオープンした。18軒の屋台は、上下水道、電気、ガスが完備され、今までにない衛生的な屋台となり、通常の飲食店と同じようなメニューを出すことが可能となった。また、食材についても地元の農家との強い連携により、地元で採れた新鮮な食材を使い、まさしく“地産地消”を実践している。

「まちなか宝くじセール」

中心市街地の店主らが「中心部活性化協議会」を組織し、廃材を活用したイス・テーブルを駅前通りに設置し、まちを訪れる市民向けに憩いの場を提供しているほか、平成17年度には中心部10商店街が協力して初の合同事業として「まちなか宝くじセール」を実施するなど中心部への買い物客の集客を図っている。

行政の取組

行政では中心市街地への都市機能集約の取り組みとして、市立図書館をJR帯広駅南口へ新築移転したり、まちなか居住の促進として借り上げ公営住宅の整備を行ったりしている。

事業の効果

「北の屋台」は、中心市街地の魅力と賑わいを創り出すことはもちろん、少ない投資で開業できるメリットがあることから、新たな起業に挑戦する人を育成し、商業の担い手を育てる役割も果たしている。屋台の第一期卒業生の中には、中心部の空き店舗に本格的に開業した者もいる。現在二期目を迎え、年間18万人の来客と売上3億円を超える市内の人気スポットとなっている。また、「エバーハウス菜の花」で実施している子育て支援サークルでは世代を超えたコミュニケーションの輪が広がり高齢化社会に対応した生きがいのあるまちづくりに貢献している。

事業の課題・反省点

「北の屋台」は、夜型の業態であり、各店は夫婦だけの経営など規模が小さいため、昼から夜中まで長時間営業できる体制になく、昼間の賑わいにつなげるためにも「物販の活用」と「イベント」との連携が今後の課題となっている。

一方、中心部商店街の合同事業は、リピーターの集客が課題であり、合同事業として実施した「まちなか宝くじセール」で生まれた商店街の連帯感が、中心部のメインストリートを舞台に計画されている「歩行者天国」事業の原動力となるなど、今後とも商店街の連携による集客力アップに繋がる事業の企画立案が期待される。

帯広市中心部10商店街等

帯広中心部10商店街

平原通、広小路、大通、東銀座、栄通、西一条中央、名門通の7商店街、駅前東、北平原通の2商店街及び都通り振興会

・所在地：東西は帯広市大通～西3条、
南北は南6丁目～12丁目

・会員数：約400人

・商店街の類型：広域型商店街

・関連URL：【帯広市商店街振興組合連合会】

<http://www.6et.tkine.jp/~obsnren/>

北の起業広場協同組合（北の屋台）

・所在地：帯広市西2条南9丁目16番地

・関連URL：【北の屋台】

<http://www.kitanoyataicom/>

ラブサム協同組合（エバーハウス菜の花）

・所在地：帯広市西1条南8丁目9番地

・関連URL：【エバーハウス菜の花】

<http://nanohana.serb.jp/>



都市機能の集約を目指した新市立図書館



10商店街合同事業「まちなか宝くじセール」

安全・安心まちづくりを商店街の手で

商店街等活性化事業の事例

北海道札幌市 札幌狸小路商店街

！ ここがポイント

安全・安心の街へ、商店街が中心となって防犯警備を行い快適な歩行空間を確保。



防犯カメラを備えたアーケード

事業実施の背景

狸小路商店街は、札幌市の中心部に位置しており、平成15年で誕生130年を迎えた。昭和57年には新アーケード、カラー舗装を整備し、平成14年には、防犯カメラと各種情報発信できるLEDサインボードを設置するなど、来街者が安心してお買い物ができる環境づくりに取り組んできた。

狸小路商店街では、街区内道路の適正な利用と、来街者や地域住民が安心してショッピングやレジャーを楽しめる様に安全性の確保に從來から取り組んで来た。近年、当街区及び周辺街路上において、迷惑なつきまとい行為、露天、ビラ配りが散見されてきたのに鑑み、来街者や地域住民に快適な歩行空間を提供すべく、組合員、警察、札幌市が一体型組織である「自主巡回活動組織委員会」を立ち上げた。組織としては、組合三役と常設委員会の1組織の総務委員会で構成し、管轄交番所長と札幌市中央区土木部長に顧問を委嘱のうえ連携して活動している。

事業の概要

1. 事業活動

巡回指導活動

商店街路の適正な利用を図るべく巡回し、改善等を要するものは口頭や書面による要請によって安全な歩行環境の維持を図っている。

指導重点項目

道路の不法占用、車両の乗り入れ違反、放火防止対策、のぼり・旗用の土台設置ラインの遵守

自主防犯活動

商店街内の街頭における迷惑行為は当事者に口頭や禁止要請文による排除等の要請を行い、犯罪や事故のない安全・安心で明るい商店街環境づくりを図っている。

指導重点項目

勧誘スカウト及びつきまとい行為、キャッチセールス行為、迷惑ビラ（ピンクビラ）等の配布行為、不安を覚えさせるようなやり方での他人へのアンケート行為、大道での商い・演芸などの行為、工作物等に対する落書き行為、工作物等に対するポスター等の無断貼付け行為

自主規制

商店街内の街頭における自店の宣伝行為であるビラ配り等については、組合が計画する催事以外の、ビラ配り、呼びかけ、立て看板持込み行為等の自粛申し合わせ事項の周知徹底と遵守を啓発し、快適で安心して買い物の出来る商店街環境づくりを推進している。

規制項目

宣伝ビラ等の配布行為、一般通行人や来街者への呼びかけ行為立て看板の持込み行為

自主規制の周知方法

協力要請書配布、メッセージボードによる表示、街頭放送等による徹底。

2. 実績

狸小路商店街自主巡回活動組織委員会会議の開催・街区環境の現況認識と問題点の検討及び次回の自主巡回活動時の方針策定を行った。

自主巡回活動実施

- ・巡回活動は組合員主体で行い、警察官や市の担当官はサポートが基本。
- ・参加人員は毎回約20人が一団となって行動。
- ・巡回日時は組合員には開示はしないで普段の環境下で実施。
- ・深夜街区環境視察の実施。自主規制に抵触する店には個別指導を実施。

事業の効果

組織を構築してから2年が経過、徐々にではあるが環境の改善には効を奏しているとともに、街区の店主からは、担当役員の取組姿勢と警察、市とが一体となった定期的な自主巡回活動には高い評価があり、地域住民の連帯感の強化と防犯意識の高揚が見られる。

事業の課題

- ・地域団体との連携強化

当商店街は中心部にある5商店街と「安全・安心まちづくり推進協議会」を組織し連携した活動をしているが、単組で発生した事例を全体の枠でとらえて検討し、更に効率の良い活動によって効果を増幅したいと考えている。

- ・街区内に恒常的施設の検討

自主巡回活動組織委員会の目的は商店街の安全・安心な環境作りが主であるため、概して指導や取締等のネガティブ要因が高いが、他面、旅行者のガイド役や休憩所、警察や種々ボランティアの立ち寄り所、催事などの連絡中継所など、ポジティブな考えを含めた多目的利用施設の設置が出来ないかを検討しているところである。

札幌狸小路商店街

所在地	: 札幌市
組合員数	: 176名
商店街の類型	: 超広域型商店街
関連URL	: http://www.tanukkoji.or.jp/



警察・自治体と一体となった警備体制



各種情報発信のできるLEDサインボード

魅力的なまちづくりを目指して

商店街等活性化事業の事例

北海道札幌市 本郷商店街

！ ここがポイント

歩行者に優しい街並み作りと「YOSAKOIソーラン祭り」など年間を通したイベントによる魅力的な商店街づくり。



きれいな街並みの商店街

事業実施の背景

本郷商店街は、昭和39年8月に札幌市内で第4番目の法人組合として設立された。その後、組合誕生の功労者の胸像建立、創立10周年における地域住民や組合員が集える場所として「本郷センタービル」を建設した。

更に、昭和52年からは商店街近代化事業に積極的に取り組み、歩道部分のロードヒーティング化や街路樹や花壇の設置などを行い、道内初のショッピングモールが誕生した。このモールは、車道を一方通行に規制し、歩道スペースを広くとり、至る所にベンチを配置し、ゆったりとショッピングが楽しめる憩いのある商店街となっている。ソフト事業においても、自由にお店のトイレを使用できるようにしていたり、無料貸し出しの傘を用意しているなど来街者に配慮した快適なショッピング空間を作り出している。また、北海道の初夏の風物詩であるYOSAKOIソーラン祭りの会場にもなっており、踊り手と一体となれる迫力ある会場となっている。

本郷商店街も、車社会への急激な移行及び地下

鉄の開通、加えて大型店の郊外進出と厳しい環境に直面したが、このように地域と密着して歩む商店街として、町内会を始め地域住民の皆様と連携・協力体制を整え、花と緑に囲まれた美しい商店街づくりに日々努力を続けている。

また、平成16年度には、他に先駆けてカーシェアリング事業を受入れ、地域と環境にやさしい商店街としての取り組みも推進している。

事業の概要

環境整備事業

- ・商店街の環境美化（フラワーポットの設置、商店街の清掃、ゴミ分別の徹底）

- ・車道の除・排雪の実施

- ・ロードヒーティングの実施

定期的に実施する事業（イベント事業）

- ・本郷スノーフェスティバル（2月）

- ・さくら祭り（5月）

- ・YOSAKOIソーラン祭り（6月）

- ・夏まつり萬蔵祭（8月）

- ・秋の味覚広場（10月）

- ・歳末大感謝セール（12月）

販売促進に係わる広報事業

- ・「本郷商店街」の月1回発行

- ・「本郷かわら版」の隔月発行

地域住民と商店街との連携を図る事業

- ・イベント事業における連携

- ・小中学校生徒の体験販売実習の受入れ

カーシェアリング事業の普及促進

- ・一台の車を複数の者で共同利用するカーシェアリングの実証実験を本郷商店街を舞台に展開

本郷商店街

所在地	: 札幌市
組合員数	: 151名
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.3ocn.ne.jp/~hongou/

事業の効果

商店街のイメージ向上

年間を通して実施するイベントは、「本郷かわら版」の新聞折込等での紹介により、地域住民を始め近隣からの来街者が多く、終日賑わいを見せ、地域になくはならない催しとなっている。

また、冬期間における歩道のロードヒーティングは、快適な歩行空間を確保しており、さらに、環境美化活動の展開により、地元の小中学校からは体験学習の一環として商店街の清掃に積極的に参加があるなど、きれいな商店街としてのイメージアップにつながっている。

空き店舗への出店

当商店街のイメージ向上に伴い、空き店舗への出店により組合員の減少に歯止めをかけており、商店街のマイナスイメージを払拭する結果となっている。

事業の課題

事業の自立化

イベントを中心とした事業については、組合員及び協賛企業の協力で実施しているが、必要経費に見合った収入を確保することが今後の課題となっている。

連携体制の強化

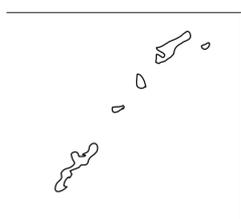
個人商店が多いため、事業実施に当たっては組合員の協力体制が整わない面がある。大規模なイベントではアルバイトを採用してきたが、これからは組合員の協力体制を強化する必要がある。



迫力あるYOSAKOIソーラン祭り



商店街を舞台に展開されているカーシェアリング事業

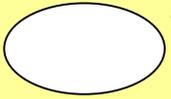


(2)東 北

盛岡市 さかなちょう 肴 町 商店街（岩手県盛岡市）・・・・・・ 12

仙台市内 6 商店街（宮城県仙台市）・・・・・・ 14

なのかまち 七日町商店街（山形県山形市）・・・・・・ 16



ぜんがい

全蓋アーケードを利用したソフト事業の充実

商店街等活性化事業の事例

岩手県盛岡市 盛岡市肴町商店街

！ ここがポイント

盛岡市内の商店街で唯一設置されている「全蓋アーケード」の下、各種イベントを開催し、市民に広く親しまれる商店街へ。



肴町春まつりの様子

事業実施の背景

秀峰岩手山を背に、市街地を悠々と幾筋の川が流れる盛岡市は、南部氏による盛岡築城以来400余年、現在は岩手県の県庁所在地、北東北の交通の要衝として、たゆみなく歩みつつけている。

市内には約40の商店街があり、それぞれが地域商業の核として、重要な役割を担っている。

特に盛岡市肴町商店街は、盛岡の中心市街地内商店街の一つであり、盛岡の歴史的なたたずまいを最も色濃く残す地区に存在し、江戸時代より今日まで繁栄を続けている。

来街者は女性や壮年老年層の構成が高く、商店街周辺には現在も住宅・マンションが多く立ち並んでいることから、同商店街は最寄品、買回り品の店舗が多い構成となっており、「地域の台所」としての役割を担い続けている。

また、アーケード北東側には商店街の核として大型店が立地し、更に、商店街周辺には盛岡バスセンターが立地していることで、集客力は市内広域に及ぶ。

しかしながら、他の市内商店街同様、モータリゼーションの進展や盛岡市周辺の郊外型大型店の増加に伴う商業環境の著しい変化の只中にさらされ、空き店舗の急増は見られないものの、商店街構成店の売上高は前年度を上回ることが難しい状況に置かれている。

これに対し、同商店街では、商店街の魅力の根源は「個店の魅力」にあるとして、魅力ある個店づくりを進めながら、同商店街の若き後継者集団肴町商店街振興組合青年部「4S会」と連携して、新たなイベントの企画や来街促進につながる情報の発信を、「全蓋アーケード」というハードを活用して展開している。

全蓋アーケードは、昭和58年に完成したものを、平成13年にリニューアルを行っている。その際、バリアフリーに配慮して段差を無くした路面改修を行い、更にカラー舗装や、大型ビジョン、北東側入口の広告掲示板等が新たに設置された。これらは、同商店街が開催するイベントの集客向上にも大きく役立っている。

事業の概要

開催している各種催事は以下のとおり。

- ・ 肴町ワゴンセール
- ・ 肴町ほっとイベント～ゴーゴーキッズ
- ・ 肴町春まつり
- ・ 肴町ゴールデンウィークフェスティバル
- ・ 4S会ゴーゴーキッズ子供フェスティバル
- ・ 肴町チャグチャグ馬コ祭り
- ・ 肴町夏まつり
- ・ 盛岡七夕祭り
- ・ 夜の八幡参り
- ・ 盛岡フラッグアート展
- ・ 動物いのちの会岩手による「犬猫の譲渡会」
- ・ キッズマート
- ・ 肴町・ジョイ・中三合同大えびすセール

- ・ 「肴町らっぱ隊」によるクリスマスパレード
- ・ 肴町初売りイベント
- ・ 肴町節分祭
- ・ 肴町ほっとイベント（キッズクラブ卒業式～卒業証書授与等）

このように、年間を通じて間断なくイベントを開催して誘客し、地域でも「肴町では何かが行われている」という認識が定着している、このような状況を作り上げた同商店街の優位点として以下の点が挙げられる。

- ・ バスセンターが近くにあり、郊外から来る客の利便性が高い。
- ・ 盛岡で唯一全蓋アーケードを設置している。
- ・ 共同販促など、商店街の核店舗としての中三デパートと連携が保たれている。
- ・ 会員 20 万人を数える協同組合 J O Y を設立し、J O Y カードを活用した顧客確保に積極的。
- ・ イベントを相互に主催するなど、商店街組合と青年部の活動の連携が円滑である。

雑多な要素を上手に取り入れ、活力ある商店街として市民に親しまれている。

事業の効果

商店街が実施する上記イベント開催時には、情報誌の新聞折込やTVの生活情報番組での告知などを活用して、広く周知を図っている。このことから、来街者は地元住民だけでなく、市内全域に広がっている。

商店街では、来街者の満足度を高めるため、通りを楽しく活用する工夫を続けている。ここから、商店街内の個店への集客に繋げている。

事業の課題

今後の課題として、利用者の増加した J O Y カードシステムの更新、歴史的建造物や近郊を流れる中津川など自然との取組み、おもてなしの心に溢れた個店の接客、新しい時代の情報発信コンテンツの充実、などが挙げられる。

さかなちょう 盛岡市 肴町商店街

所在地	: 盛岡市
会員数	: 83 名
商店街の類型	: 広域型商店街
関連 URL	: http://www.sakanacho.com/



QRコードを利用した情報発信事業

！ ここがポイント

約600店舗の情報を携帯電話でも簡単に呼び出せるサイトの立上げ。
ホスピタリティの提供によるさらなる集客と賑わいの創出。



街ナビ仙台フラッグを商店街に掲出

事業実施の背景

宮城県仙台市は、1601年伊達政宗公により城下町として開かれ、永年にわたり東北地方における経済、行政の中枢都市として発展を続けている。清流広瀬川やけやき並木に見られる美しい景観から「杜の都」と親しまれ、文化・学術的な土壌から「学都」としても有名である。

仙台市中心部のアーケード街は、JR仙台駅前からT字型に広がり、中央通りの名掛丁商店街、クリスロード商店街、おおまち商店街、東一番丁通りのサンモール一番町商店街、一番町一番街商店街、一番町四丁目商店街、計6つの商店街で形成されている。

同商店街一帯は、100万都市に相応しい高度な都市景観を保ち、東北最大の店舗集積により、休日には近県から幅広い年齢層の買物客を集めている。また、東北の夏の風物詩「仙台七夕」や歴史情緒あふれる「青葉まつり」、市民協働による「定禅寺ストリートジャズフェスティバル」「光のページェント」等が盛んで、重要な観光資源の一つとなっている。

しかしながら、近年は、社会情勢や消費形態の変化により、中心部の商店街も一店あたりの売上げが低迷し、厳しい経営環境にさら

されている。長年「商都仙台」の顔として顧客に親しまれてきた「老舗店舗」の中にも閉店するものが増えてきた。その後続には全国チェーン等が入店するなど、空き店舗にはならないものの、個性とバランスある街並みが失われ、商店街の次世代を担う組織力の低下が危惧されている。

こうした問題に対し、同商店街は、一店一店が魅力ある店づくりを行うとともに、商店街としても多彩な専門店の集まりとして連携を深め、利便性や安全性を追及し、更なる集客を図っていかねばならないと考えた。

そこで着目したのは、約600店舗の商業集積を活かした新しい情報発信である。各店や商店街ごとのホームページだけでなく、街を訪れた際に携帯電話から簡単にお店や街の情報を取り出すことができれば、実用性ははるかに高い。また、街を訪れる人の安全のためには、高い確率で再発するとされる宮城県沖地震に備え、防災情報や避難場所の案内を適切に行う必要があると考えた。

事業の概要

仙台市中心部は先述のとおり、来街者も多く、街の賑わいが形成されている。しかし、郊外の大型店との競争は厳しい。同商店街では、ひとりでも多くのお客様に訪れてもらうため、中心部ならではの魅力ある仕掛けとして、仙台市中心部の6商店街が共同し、携帯電話のQRコード(二次元バーコード)の読取機能を活用して、計約600店舗の住所や商品などの情報を提供するインターネットサイト「街NAVI ナビ 仙台」を平成17年12月1日から開設した。

「街ナビ仙台」では、まず、各商店街の紹介、参加店とコード一覧などを記載したA4判、57頁の冊子を店頭などで配布した。この冊子やホームページからQRコードを読み取ると、約600店

舗のそれぞれの情報や6商店街情報、仙台市の観光情報、駐車場情報、災害等いざという時のための情報など、好みのサイトへと展開する。また、開設に合わせ、オープニングセレモニー、体験イベントなどの催しを行って、積極的に「街ナビ仙台」をPRするとともに、答えを探しに商店街に実際に繰り出していくような内容も盛り込んだ、サイト内でのクイズラリーも実施した。

事業の効果

この「街ナビ仙台」は、中心商店街の集客力向上と活性化のために、年々機能の高度化が進む携帯電話を活用しながら、先行して同様のサイトを単独で設けていたクリスロード商店街の取組みを複数の商店街が協力して地域全体の取組みへと拡げていったものである。中心市街地の活性化のためには、問題意識を共有する商店街が協力して取り組んでいくことが不可欠であり、その意味で、中心市街地の各商店街が共通の危機意識の下に共同の事業を行った意義は大きい。

「街ナビ仙台」の実施と商店街の人通り、売上げ等との間で明確な関係を見出すことは困難であるが、「街ナビ仙台」のサイトには、開設以後、平均して月間5000超のアクセスがあることから、中心商店街からの情報発信という点において、一定の効果は上がっていると評価できる。

事業の課題・反省点

このようなサイトを継続して運営していく上で最も重要なことは、情報の新鮮さを保つことであり、商店街のみならず、個々の店舗が常に最新の情報を掲載するよう、努力を続けていくことが必要である。また、実際に商店街に訪れたいくなるような仕掛けを常に念頭に置きながら、サイトを運営していくことも欠かせない。

今後も様々な分野で技術革新が進み、それに伴って人々の生活様式も変化していくことが予想されるので、商店街としても、このような時代の流れを的確に捉えながら、商店街の魅力を高め、一層の活性化に努めていかなければならない。

仙台市内6商店街

一番町一番街商店街
 一番町四丁目商店街
 おおまち商店街
 クリスロード商店街
 サンモール一番町商店街
 名掛丁商店街



街ナビ仙台QRコード

所在地 : 仙台市中心部
 会員数 : 6商店街 530店
 商店街の種類 : 中心市街地内商店街
 関連URL : <http://navi-s.com/index.html>



街ナビ仙台オープニングイベント

！ ここがポイント

商店街の真中に核的広場を整備。地元農家をはじめとして各種団体との連携により賑わい創出へ。



ほっとなる広場

事業実施の背景

大型量販店が撤退した跡地を、商店街が平成5年から借り受け、イベント広場として利用してきた。その広場が、平成15年に山形市七日町土地区画整理事業により都市公園『ほっとなる広場』として生まれ変わった。

商店街の真中に位置するこの広場を活用して、賑わい創出の拠点として各種事業を展開している。

賑わい創出事業として、毎週定例の事業から、毎月定例のもの、その他スポット的なイベントを、市内を中心とする各種団体との連携により年間約70回開催し、その効果を倍増させることに成功している。

イベント参加者がイベントの仕掛け人となることにより、自分の街としての意識付けにも大きな期待がもてる。

事業の概要

ほっとなる朝採り金曜日

- ・市内近郊の農家を中心に毎回26組の出店。
- ・その日の朝に採れた野菜が中心。その他自分達で作った漬物や惣菜を販売。
- ・毎月第3金曜日には牛肉も販売。

LIVE STAGE SEVEN

- ・毎月第3日曜日に開催。
- ・エントリーによりアマチュアバンド4組の演奏。
- ・年間投票によりトップのバンドをコミュニティFMとの連携により、東北全域でCDデビュー。

ほっとなるフリーマーケット

- ・毎月第4日曜日に12組の参加で実施。
- ・平成5年から続く人気イベント。

ほっとなるナイトバザール

- ・毎年7月と12月の第2土曜日に開催する夜間営業促進のための一大イベント。
- ・県内各市町村との連携によるブースの出店。

老舗料亭鍋祭り

- ・毎年2月第1日曜日に市内老舗3料亭との連携により老舗特製の鍋料理販売。

新春初売りつきたて餅振舞い

- ・毎年1月2日に地元民俗芸能伝承団体との連携により「出羽餅つき道」の演舞と振舞い。

キッズイベント

- ・第2日曜日を中心に子供向け参加型イベントを実施。

モンパルナス広場

- ・毎年5月5日に七日町大通りで、はたらく車大集合のイベントがあり、それに合わせ地元芸術系大学生との連携により子供似顔絵コーナーを設置。
- その他

事業の効果

楽しい街としての認知度アップ

定期的なイベントにより、あの街は何か楽しいことをやっているというイメージを持ってもらうことで、来街動機に結びつけることができた。

各種団体との連携による街づくりへの協力者増加

連携先の方々がイベントを通して、自分達の街であることの意識付けができ、市民と一体となった街づくりへの協力者が増えている。

各店独自の取り組みを推奨

イベントにより集客を図り、その顧客を各店独自の取組みにより来店販売に結びつけることを推奨することで、実際に売上が大幅に伸びた店も出ている。

連携により費用対効果が向上

独自イベントよりも費用が抑えられ、実施効果は上がるという状況になっている。

事業の課題

定期的 = マンネリの脱却

認知されるためには定期的な開催が必要であるが、逆の意味からマンネリ化しないように、随時内容の検討を行う必要がある。

事業実施資金の確保

販わい事業を継続実施するための自己資金を確保するために、商店街財政基盤の強化を図る必要がある。

雨天時等の対応

広場に屋根がないため、雨天時の対応についてハード面からも検討が必要である。

安全な歩行空間の整備

商店街に国道が通っており通過車両も多いため、歩行者が安心安全に街歩きを楽しめるように国道の移管等を含めた検討が必要。

各店での積極的な取り組み

商店街がいくらイベントで集客しても個店が何もしなければ売上はあがらないので、積極的にイベントを活用してもらうようにする必要がある。

な の か ま ち

七日町商店街

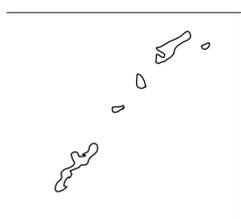
所在地	: 山形市
会員数	: 74 商店
商店街の種類	: 広域型商店街
関連URL	: http://www.nanokamachicom/



ほっとなる朝採り金曜日



親子参加イベント ピックロールケーキづくりに挑戦！



(3)関 東

宇都宮ユニオン通り商店街（栃木県宇都宮市）	・ ・ ・	20
川越市内7商店街（埼玉県川越市）	・ ・ ・ ・ ・	22
ハッピーロード大山商店街（東京都板橋区）	・	24
中延商店街（東京都品川区）	・ ・ ・ ・ ・	26
武蔵小山商店街（東京都品川区）	・ ・ ・ ・ ・	28
烏山駅前通り商店街（東京都世田谷区）	・ ・ ・	30
巣鴨地蔵通り商店街（東京都豊島区）	・ ・ ・ ・ ・	32
元町エスエス会（神奈川県横浜市）	・ ・ ・ ・ ・	34
静岡呉服町名店街（静岡県静岡市）	・ ・ ・ ・ ・	36

各種イベント事業で若者の街のイメージが定着

商店街等活性化事業の事例

栃木県宇都宮市 宇都宮ユニオン通り商店街

！ ここがポイント

イベント事業を通じて県内外からの若者が訪れ、明るいファッションの街というイメージの定着に成功。



若者でにぎわう商店街

事業実施の背景

JR宇都宮駅より西約2kmに位置し、東西約400mの直線型商店街で、中心商店街の一部となっている。

古着、シルバー、靴などのファッション系や理美容室、カフェ…。どの商店街でも見かけるお店だが、ユニオン通りのお店はどれもが個性的である。特にファッション関係のお店が多く、少し路地に入りこむと、意外にお洒落な店を発見したりすることができる。ミニスカートで闊歩する異国風の女性、ライブハウス前に集まる少女達…。

更に圧巻は、朝と昼下がりの通学時間、まるでここは中国であるかのごとく、自転車の高校生で埋め尽くされてしまう。若者が多いというこの街の特徴は、通りの西端に専門学校があり、更にその西側が宇都宮の文教地区として、6高校が集積されているという地理的要因が大きいのだが、逆に言えばこの特徴をうまく活かして街作りを進めているのが、「ユニオン通り商店街の特徴」であると言える。土日の休みになれば、栃木県内はもちろん隣県の茨城や群馬からも大勢がショッピング

に訪れ、若者たちには「宇都宮の原宿」と呼ばれ親しまれている。

昭和27年、4つの町内が一つに団結して当商店街が生まれた。ユニオンとは団結の意味である。

昭和48年から49年にかけて道路及び街路灯を整備したが、老朽化により、再整備が必要となったことから、会員が議論を重ねた結果、平成3年に商店街振興組合が設立された。整備後の街路は「天の川」のイメージで、御影石によるインターロック方式を採用し、明るく歩きやすい石畳となった。数年前からは、コミュニティ機能に力を入れており、平成13年に「ポケットパーク」を整備、平成15年に同パーク内にモニュメント「ユニオン」を設置し憩いの場となっている。

また、ネット通販に興味のあるテナント出店者や商店主により、IT事業を始めたり、組合員同士が協力・計画・立案し、新たなアイデアを導入するなど、活性化していく機運が顕著である。

事業の概要

商店街活性化推進ビジョンの作成

平成17年度、地元大学、地域住民との協働により、商店街の活性化に向けた調査・研究事業に着手した。来街者・地域住民へのアンケート調査や、学生・地域住民による商店街診断などを通して、ユニオン通り商店街の将来ビジョンの方針づくりを行った。地元も巻き込んだ検討の中で、「誰もが安心して楽しく歩けるまち」というキーワードを生み出し、今後その具体化に向けて動き出した。

「ハロウィンフェスタ in ユニオン」

かぼちゃのおばけでおなじみのハロウィンとフリーマーケットを組み合わせたイベントの開催。一般参加者にも、変装・仮装を楽しんでもらい、老若男女を問わず、一日中楽しめるイベントとなっている。

イルミネーション事業

商店街の出入口のアーチ、ポケットパーク等にツリー及び街路樹にイルミネーションを装飾する。また、店舗ごとにも工夫を凝らしたイルミネーション装飾を施し、明るい商店街を演出する。

年末福引セール事業

商店街での商品購入額に応じ、補助抽選券を発行。顧客への感謝と来店意欲の高揚を図り、商店街で楽しんで買物ができるよう魅力づくりをする。

「ユニオンマップ」の作成

商店街のお店紹介や駐車場の案内、地域情報などを発信するため、平成17年9月に商店街マップ「ユニオンマップ」を創刊した。平成18年3月に第2号を出したが、この半年の間で、79店舗の加盟店が88店舗に増え、新規加盟店の促進に貢献している。

その他

「大家さんの会」設立、防犯パトロール、加盟店拡大推進事業等、商店街の課題解決に向けて随時検討をすすめている。

事業の効果

各種イベントを行うことで、県外からも若者が訪れるなど広く認知され、明るいファッションの商店街として、宇都宮市中心街の西の入口として、若者の街としてイメージが定着した。また、地域住民との連携に気を配り、一緒にまちづくりをしていこうというコミュニティが商店街を核に形成されてきており、楽しく安心して買い物ができるアットホームな雰囲気も併せ持つ魅力的な商店街が形成されてきている。

事業の課題

中心街西地区の複数商店街が、連携した共同イベントの開催や、駐車場・ポイントカードの共通化等、当地区活性化に向けて話し合いをすすめているところである。

宇都宮ユニオン通り商店街

所在地 : 栃木県宇都宮市西1-4-6

会員数 : 88名

商店街の類型 : 広域型商店街

関連URL :

<http://www.uca tv ne.jp/bca l/un bn/un bn h tm>



ポケットパーク



街路風景

！ ここがポイント

「蔵のまち」として有名。明治・大正・現代と、それぞれ異なる時代の景観特徴を活かした連続とした商店街に発展。



川越一番街商店街

事業実施の背景

JR・東武東上線川越駅東口から北へ1200mのクリアモール（川越サンロード商店街、川越新富町商店街）、大正浪漫夢通り（大正時代をイメージ）蔵を活かした川越一番街（江戸時代をイメージ）菓子屋横町へと続く商店街。

川越市には、それぞれに異なる時代の景観特徴を活かしながら商業活性化を目指す6つの商店街が連続して形成されている。そのため回遊性が高まり、商業と観光が入り混ざった多目的な来街者を呼び込んでいる。

平成2年に再開発を行なったJR・東武東上線川越駅東口から、北へ1,200m続くクリアモール（川越サンロード商店街、川越新富町商店街）には、平成の賑わいを見せる商業景観が続き、さらに北へ進むと昭和を代表する看板建築の建物が立ち並ぶ中央通り商店街、大正時代をイメージした景観造りにこだわり活性化を目指す大正浪漫夢通り商店街へと続く。そして、明治の蔵造りの町並みを残す川越一番街があり、何となく郷愁を誘う川越菓子屋横丁会が近接している。

旧市街地は伝統的建造物群保存指定地区に、中心市街地の一部は都市景観形成地域に、それぞれ指定されており、「町づくり規範」に基づいた街並みづくりが行われている。

川越は1457年の川越城築城より、江戸城の北の守りとして代々有力な武将が配され、城下町として栄えた。当時より賑わいを見せる一番街は、明治・大正・昭和始めと県内屈指の商業地として栄えたが、鉄道の開通による中心市街地の移動、商業形態の変化などにより衰退の憂き目を見る。しかし、昭和30年代あたりからの蔵造り保存に対する提言が行なわれ、まちづくりへの運動は40年代末になって、川越青年会議所の活動、建築学会の提案コンペなどを通して一定の高まりを見せはじめることとなる。昭和62年には「町づくり規範に関する協定」を制定し、「町づくり委員会」による独自の景観コントロールを始め、蔵の会による「商業活性化による景観保全」の理念とともに、行政に任せきりではない、自主的なまちづくり活動が行なわれるようになった。

その手法は近接する商店街へも波及し受け継がれ、商店街として独自の委員会組織を持ち、各商店街がそれぞれに意志を持って特徴的なまちづくり活動が行なわれている。

事業の概要

- ・各商店街の特徴を活かし、回遊性を高めた街づくり。
- ・大型店と商店街が共存。
- ・ホームページを構築し、商店街情報等を発信。
- ・市施工の電線地中化事業に併せ、歩道、街路灯、シンボルタワー、案内板等を整備。
- ・クリアパーク（多目的広場）を活用したイベント開催。

川越市内 7 商店街

川越サンロード商店街、川越新富町商店街、連雀町繁栄会
大正浪漫夢通り商店街、川越一番街商業協同組合、
鐘つき堂商店会、川越菓子屋横丁会

所在地 : 川越市
会員数 : 商店街 390名
商店街の種類 : 広域型、近隣型、超広域型商店街



大正浪漫夢通り商店街

- ・平成16年2月に防犯カメラを設置、防犯パトロール等安全安心の街づくりの取り組みを行ないながら、併せて設置の周知も行っている。
- ・クリスマスイルミネーションやクリスマスチャリティーライブ開催。
- ・平成元年～平成5年：観光市街地形成事業により一番街の個店整備を行なう。
- ・平成3年3月：歴史的地区環境整備街路事業によって菓子屋横丁通り線を整備。
- ・平成4年3月：一番街の電線地中化事業。
- ・平成6年～平成10年：川越市町並み改装事業により一番街の個店整備を行なう。
- ・平成11年4月9日：川越市川越伝統的建造物群保存地区決定。伝建整備事業による町並み整備。
- ・平成12年：都市景観重要建築物指定（新富町商店街で2件、大正浪漫夢通り商店街で7件、菓子屋横丁会で2件の指定がなされている。）
- ・平成16年9月17日：川越十ヵ町地区都市景観形成指定。地域景観形成基準に沿い、届出による緩やかな景観形成。

事業の効果

- ・観光入り込み客数が平成11年から平成16年にかけて約20%増加している。
- ・川越のイメージアップによる地価の安定。
- ・街頭犯罪が減少している。また、防犯カメラ設置地域においてシャッターへの落書きや、暴行や恐喝等なくなった。

事業の課題

- ・北部商業地域における慢性的な交通渋滞。
- ・一番街がバス路線となっていることで、振動が蔵造りに与える影響。
- ・後継者不足、高齢化が課題。
- ・川越市において、鏡山酒造跡地及び旧川越織物市場活用方法を検討中であり、商店街との連携や回遊性を高めることが課題。
- ・クリアモールにおけるマンションの建設は、商店街としての賑わいの連続性を分断する大きな課題。

交流都市のアンテナショップ事業

商店街等活性化事業の事例

東京都板橋区 ハッピーロード大山商店街

！ ここがポイント

空き店舗を活用した交流都市のアンテナショップでの特産品販売により来街者が増加。



事業実施の背景

平成15年より、サマーセールやクリスマスセールにて実施していた岩手県物産展や知床物産展など全国のふるさと物産イベントが大盛況であったため、全国の特産品を集めたアンテナショップを商店街に誘致できないか検討していた。そんな中、板橋区が空き店舗を活用して、交流都市のアンテナショップ開設を計画していたため、すぐに事業実施を決定した。また開設にあたり、以前より商店街では、大型店やチェーン店の増加による業種構成の偏りを問題視しており、商店街自らがテナントコントロールをしていく必要性を感じていたため、そのモデルケースとして商店街がアンテナショップを運営することとなった。

従来の空き店舗対策や空き店舗活用事業は、商店街全体の活性化になかなか結びつきにくかったが、本事業は、顧客のニーズを的確にとらえ、商店街事業とうまく連携させて行なうことで、商店街全体の活性化につながる新たな空き店舗活用の取り組みである。

事業の概要

板橋区と交流のある9つの市町村の特産品販売や観光情報を発信するアンテナショップとして、平成17年10月、全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」を開設し商店街振興組合で運営している。

特産品の販売

9市町村でしか味わえない四季折々の特産品約600点を販売している。商品の特徴としては、商店街であるため、各地の観光土産的なものではなく、毎日の食生活に欠かせない商品を中心に取り揃えており、地元板橋産の野菜も毎日仕入れることにより、地産地消を通じた都市農業の促進にも寄与している。また、商品の売れ筋や消費者趣向など都心のマーケット情報を生産者側に随時フィードバックすることで、生産者の販売戦略や新商品の開発などに役立ててもらっている。

町のPR・観光情報の発信

店内には、観光パンフレットやポスターはもちろん、地元の新聞・広報紙を豊富に取り揃え、観光ビデオクリップの放映により参加市町村の観光PRを行っている。また、この時期ならではの観光スポットやイベントなど生情報を紹介したり、旅行や観光情報を知りたい人は、店員がその場で直接現地スタッフと連絡をとり色々な情報を提供している。

多彩なイベント事業

ショップ店頭や商店街のスペースを活用して、現地のスタッフによるふるさとイベントを週末に開催。

例えば、商店街をすいか一色にした尾花沢すいかまつりをはじめ、アーケードを長崎ランタンで装飾する長崎の伝統芸能蛇踊りの披露や、商店街に妙高市の4大温泉の足湯を設置したり、商店街のど真ん中に鴨川市の乳牛が登場して搾乳体験を実施するなど通常の商店街イベントでは考えられない、現地ならではののおもしろいイベントを随時開催している。

開店前のプレイベントを含め、平成18年4月までの約半年間で20回ものふるさとイベントを開催。商店街だけでイベントをやろうとすると経費、企画、人の問題で年数回が限度であり内容もマンネリ化してしまうが、板橋区や参加市町村と連携することにより、多彩なイベントを開催することが可能となった。

板橋区と参加市町村との交流事業支援

板橋区民と交流都市の市民が行き交う相互交流の仲立ちを行っている。例えば商店街が企画した町まるごと体験バスツアーや地元小学生同士の交流支援など色々な交流事業を検討している。交流を通じて継続的な事業運営につなげていこうと考えている。

その他

商店街のサマーセールやクリスマスセールのイベント景品、ポイントカードの交換品として、参加市町村の旅行や特産品を活用するなど商店街の販促事業との連携を図っている。

事業の効果

単なるショップとしての集客機能ではなく、商店街が運営することで、イベントや販促など様々な商店街事業とうまく連携することができ、個店（点）から商店街（面）へ展開することができた。特に市町村とタイアップした多彩なイベントを頻繁に開催できることが可能となり、ハッピーロードに行けば「何か新しいこと、おもしろいことをやっている」という新たな来街動機づけができつつある。マスコミに多く取り上げられたこともあり、1日約25,000人と例年横ばいであった商店街の通行量は、1日約28,000人とショップ開店後約3,000人近く増え、週末のイベント開催日には約30,000人の人出があるほど集客効果は絶大である。

事業の課題

今後は、売れ筋商品を商店街の各個店で販売するなど個店とのタイアップも検討している。また18年度は商店街オリジナルの交流事業を開始し、板橋区民と参加市町村の相互交流の拠点づくりに力をいれ、新たな魅力を打ち出していく予定である。

ハッピーロード大山商店街

所在地	: 板橋区
会員数	: 208商店
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.haroor.jp/



アンテナショップでの特産品販売

高齢者をターゲットにした街中サービスが好評

商店街等活性化事業の事例

東京都品川区 中延商店街

！ ここがポイント

空き店舗を利用した高齢者向け「街のコンシェルジュ」、「街中サロン事業」等による地域コミュニティ形成への寄与。



楽習教室 街のレストラン

事業実施の背景

中延商店街は半径700mの商圈内に約9,760人の高齢者がいる。そのようなことから「高齢者にやさしい街づくり」を目指していた。その折、地元のNPO バリアフリー協会を紹介されたが、バリアフリー協会は、タウンモビリティ活動などで商店街での活動実績もあるため商店街の事情にも詳しく、共催で事業を行うことにした。

事業の概要

「街のコンシェルジュ」

地元の高齢者のちょっとした困りごと（電球の交換、庭木の手入れ、軽修理、買物補助など）を有償ボランティアが支援する仕組み。それぞれ登録制。その対価は区内共通商品券で支払われる。

「街中サロン」

各個店で取り扱わない高齢者向け商品（糖尿病患者向け食材など）の紹介や、血圧、

脈拍、体脂肪率などの測定サービスなどを行い、さらに商店街個店の情報発信（特売情報、会員向けサービス）などもきめ細かく実施して商店街のお休み処も兼ね、来街者が常に立ち寄るスポットにして商店街のさらなる集客を図っている。

「楽習教室」

商店街の個店で扱っている商品を使った料理教室、美容教室、健康教室のことで、専門知識を持つ講師を派遣し、参加者の生活に役立つ知識を身につけてもらい、商店街の各店舗の更なる利用を促し来客増を図る。また教室における参加者リサーチを商店街の活性化策に繋げる。参加者同士の交流も深めてもらい、その場として街中サロンを活用してもらう。講師は、主に定年を迎える団塊の世代にお願いし、地域デビューのきっかけとしてもらう。

その他

商店街の飲食店を利用した「街のレストラン」というイベントを行い、高齢者に各店舗のよさを知ってもらう企画を行っている。ともすると個食になりがちであるが、16年度においては商店街が実施するイベント（ねぶた祭り）への参加を通じて、高齢者に喜ばれている。商店街の一員であることと、街中サロンの存在をお客に大きくアピールすることができた。



楽習教室 植木鉢で楽しむガーデニング

事業の効果

当商店街の会員向けに実施したアンケート調査の結果から、本事業は、決して売上げアップにダイレクトにつながっているとは言えない。しかし、高齢化している顧客に対して、品揃えの工夫、値札の見易さの工夫、サービス方法の工夫などに力を入れるようになり、会員がどのように商売をしていけばいいのか、現状を改めて見つめ直し考える動機付けとなっており、この事業が会員の意識改革に与えた影響は大変大きい。

高齢者を始めとした周辺住民たちからは中延商店街では面白い、いいことをしているとの声が多く、街中サロンを利用する人からは、地元との繋がりができた、多くの人と知り合えたなどの喜びの声が聞こえた。特に2人暮らしの世帯は、このような気軽に立ち寄れる交流の場を求めている。今後団塊の世代が定年を迎え、地域に戻ってくることになるが、商店街では、その際の地域デビューの場に役立てばと考えている。

有償ボランティアに登録する人は地元の人で、商店街店主も人柄などをよく知っている人物であり、身元がはっきりしているため、利用者も安心して活用することができる。

登録利用客数240人、登録有償ボランティア190人(平成18年2月現在)

事業の課題

急速な高齢化に際して、商店街自体が高齢者に配慮する必要がある。各店頭に何処にでもある商品を陳列し、顧客への訴求も従前どおりでは、顧客にとって魅力がないことになる。商店街の目標として掲げる「高齢者にやさしい商店街」への実現に向け、個店、商店街、または地域に何が不足しているのかのようなニーズがあるのかを把握し、そのニーズにどのように応えていくのかをしっかりと考えていく商業者個々の弛まなく努力する姿勢そのものが今後問われていく。こうした中、18年度は、高齢者にやさしく、ワンランクアップの商品・サービスを作り出す一店逸品運動を展開していく。

また、事業実施にあたり、現在、自治体から補助の適用を受けているが、今後、補助を頼らずに事業費をいかに捻出していくかと同時に、いかに充実した内容で事業を展開していくかが大きな課題である。そして、充実した事業展開を図るためには、有償ボランティアの登録者数を増やし、あらゆる登録利用者のニーズに対応して満足してもらえるかがキーとなっている。

中延商店街

所在地	: 品川区中延2 - 7 - 19
会員数	: 134商店
商店街の類型	: 駅前型商店街
関連URL	http://www.nakanobu.com/top.html



中延商店街



街のコンシェルジュ

ポイントサービス事業で固定客大幅増

商店街等活性化事業の事例

東京都品川区 武蔵小山商店街

！ ここがポイント

ポイントサービス事業を実施することで、イベント売上げに顕著な変化。今後はLAN システム活用へ。



毎月ポイント2倍キャンペーン

事業実施の背景

武蔵小山商店街は東京都品川区にある買回り品を中心とした商店街で、大型店はなく、交通の要所でもなく、住宅地と商業地が混在している地域型商店街である。昭和22年に組合を設立し、31年に第1期アーケードを、37年に駐車場を設置した。来街者はこの頃より急速に増加していった。

しかし、2回に渡るオイルショックの頃から停滞ぎみの時期がしばらく続いた。そこで、昭和60年、アーケードと道路のリニューアルを契機として愛称の公募や、イタリアミラノの2つの商店街と友好関係を結んだほか、岩手県東山町等と文化交流提携をするなど、催事を次々に実施して、かつての賑わいを取り戻していった。

昭和27年にスタートしたクレジット事業は、同40年に磁気カードに移行、同60年にCTA端末を導入してオンライン化する一方、顧客に対しても劇場招待会など、様々なサービスを行ってきた。

特に平成元年より始めたクレジット会員に対するサービス事業は、当初の予想をはるかに上回る効果がみられ、クレジットの売り上

げが20%も上がる実績があった。

しかし、現金で買い物をする顧客に対しては、中元と歳末の売り出しでの福引き抽選程度しかなく、あまり固定客へのサービスとは成り得なかった。

そこで、すべての顧客に満足してもらえるように満遍なくサービスをして固定客を増やしていく方法として、ポイントサービス事業を実施することとなった。

事業の概要

「ポイントサービス事業」

ポイントサービス事業の方法としては、100円お買い上げごとに1ポイントを付与し、500ポイントにより買い物券や各種イベント券、旅行券などと交換できることとした。

また、顧客への内容告知のため、常に3つのキャンペーンを展開して販促活動を行っている。

「買物の前にカードを持って」・・・ワゴンによる新規会員募集キャンペーン

「貯める楽しみ」・・・毎月ポイント2倍セールキャンペーン

「使う楽しみ」・・・貯める楽しみだけではなく、ポイントを使っていただく楽しみとして、毎月2倍セールに合わせて「ポイント別先着プレゼント」や「500ポイントで抽選」のイベントを実施し、旅行やグルメへのペア招待などを基本に企画し、また抽選は500ポイントで最低500円の買い物券とした等価交換方式をとっている。

会員募集時に得た情報として会員の年齢、性別、地位別の購買顧客情報を分析し、セールのDM案内や購買層に合わせた景品設定などの販促活動を可能としている。

事業の効果

ポイントサービス事業の結果、固定客が大幅に増えただけでなく、導入前の1年余にわたり連続して減少を続けていたクレジットの売上げが平成9年9月以降プラスに転じたほか、「貯める楽しみ」や「使う楽しみ」のイベント時の売上げに顕著な変化が見られている。

ポイントサービスは買回り品商店街には向かないとされてきたが、商店街ではクレジットでの実績をふまえ、必ず受け入れられると確信のもと、実施当初から160店以上の参加店が協力した。また、顧客の70%を占める女性客にも好評であったものと思われる。

平成15年度、次世代カード端末システム導入に向けた検討会を重ね、翌年度、その結果を踏まえポイントカードシステムの大幅なリニューアルが行われた。これは、単なるシステムの切替ではなく、LANシステムを構築することで、顧客のみならず商店街会員の利便性の向上をも図り、商店街全体のイメージアップに大きく貢献することとなった。更に、平成17年度には、このLAN設備を活用して、万引きなどの犯罪を未然に防ぐ抑止効果を期待し防犯カメラ24台を設置しており、顧客が「安心」して買い物ができるよう安全な街づくりの促進への一助となっている。

ポイントサービス稼動状況(平成18年1月現在)

発行数 81,677,066ポイント(総発行数
954,453,343ポイント)

交換数 79,532,845ポイント(総発行数
663,171,282ポイント)

事業の課題

会員数30万人を目指しており、今後は、参加店の増加と「貯める楽しみ」や「使う楽しみ」の内容の充実を図ることが必要。また、平成16年度に敷設したLANについて、商店街事業への活用や地域ニーズへの応用が今後の大きな課題となっている。商店街では、今後も商店街の付加価値、存在意義を高めて地域コミュニティの核となるよう努力していきたいと考えている。

武蔵小山商店街

所在地 : 東京都品川区小山3-23-5

会員数 : 227名

商店街の種類 : 地域型商店街

ホームページ : <http://www.t3.rim.or.jp/~pam/>



駅前モニュメント



商店街アーケード内

スタンプ事業の全国モデル“鳥山方式”

商店街等活性化事業の事例

東京都世田谷区

鳥山駅前通り商店街

！ ここがポイント

スタンプ事業の先駆け、日本一の実績。貯まったスタンプは商店街での買い物だけでなく地域金融機関での預金も可能。



商店街の様子

事業実施の背景

京王線千歳鳥山駅周辺を中心として南北にまたがる延長約1.7kmの面的商店街でスタートは昭和25年に任意団体として発足。商圈は南北1.5km、東西1kmで商圈人口は約7万5千人を想定している。スタンプ事業に力を入れており、集めたスタンプは域内金融機関での預金も可能等多くの付加価値を付けて収集意欲を増幅させる取り組みをしている他、ポイント機能のあるカード事業も行っている。また、クレジットカード事業、メイン道路の拡幅、電柱の地下への埋設等街の美化・環境整備にも取り組んでいる。

事業の概要

スタンプ事業

昭和40年に当時の駅前付近の全商店街と同規模の売り場面積を持つ大型スーパーが出店することとなり、地区には新宿、渋谷、吉祥寺等もあることから値引きでは対抗できないことの危機感から、スタンプ事業を実施。加盟店は組合よりスタンプシールを購入し、買い物客の購入額に応じてスタンプを提供し、貯まった台紙は商店街での買い物、預金、観劇等のチケット交換等に使用可能。また、現在は、スタンプ事業の延長として地域で行われたボランティア活動などにもポイントを付与できる新カード（ICチップ付き）が導入予定である。ICカードでは、スタンプ機能の他、会員だけの特典もあり、カード1枚で買い物、金融機関への預金、各種イベントへの申込み等が可能となっている。

ハード整備事業

電柱地中化、街路灯、カラー舗装、街路樹整備と共に駐輪場を設置。

商店街PR活動

平成17年度には、若い世代にも商店街に興味を持ってもらえるよう、商店街の活動をドラマ仕立てにして情報を掲載した冊子を作成し、フリーペーパーとして事務局や店舗で配布した。

烏山駅前通り商店街

所在地 : 東京都世田谷区南烏山 6 - 3 - 1
会員数 : 145名
商店街の類型 : 地域型商店街
関連URL : <http://www.emallor.jp/>

事業の効果

スタンプ事業

年々順調に伸びていることから地域購買力の区外流出の防止に大きく寄与している。スタンプ発行金額は年間約1億円で全国でも1、2を争っており、売上げ増加にも繋がっている。地域の通行客の95%がスタンプを収集していることから、認知度も高く消費者からの評判も高い。また、各店のスタンプ発行には一切の規則を設けておらず、各店または幾つかの店舗のグループ等で各種アイデアのもと顧客獲得に向けたスタンプの発行方法に取り組んでいることから地域での共同体意識も向上している。

商店街PR活動

消費者と商店街、あるいは店舗との垣根が取り払われ、イメージアップにつながっている。

事業の課題

スタンプ売上げ日本一の実績を如何に持続発展させるかが課題であり、更なる組合員の結束が必要。



商店街の様子



商店街フリーペーパー

！ ここがポイント

歴史と文化を大切にしたい、ふれあいのある、人に優しい街。コンセプトを明確にした「お年寄りの原宿」。



事業実施の背景

JR山手線巣鴨駅、都営地下鉄巣鴨駅、都電庚申塚停留所近くに位置し、全長約780メートルの商店街。商店街にはとげぬき地蔵尊のある高岩寺、江戸六地蔵尊の眞性寺と猿田彦大神庚申堂が存在し、「歴史と文化を大切にしたい、ふれあいのある、人にやさしい街」を商店街の基本コンセプトにしている。

巣鴨は、「お年寄りの原宿」と呼ばれて久しいが、もともと宗教施設に囲まれた、いわゆる寺町であり、菊づくりのふるさとであり、地域の歴史と文化を感じさせる商店街である。

参詣客と買い物客で連日賑わいを見せるが、「4の日」のお縁日には数多くの露店が並び、観光バスで地方からも多くの来街者が訪れる。年間を通してとげぬき地蔵尊を中心に様々なイベントを開催し、「巣鴨に行ったら、いつも何かをやっている」という来街者の期

待に込んでいる。過去より、お寺と地元との協力関係は良好で共に活動を行ってきており、境内をイベント会場として開放するなど、現在もその関係が続いている。

また、ホームページを活用し、イベント情報の積極的な情報発信を行っている。

事業の概要

4の日

年中行事が多い街であるが、4の日のお縁日は200軒近くの露店が出て、多くの来街者が訪れる。1、5、9月の24日の例大祭には15万人の人出となる大盛況である。

どんがら市（春・秋）

昭和49年から続くイベント。日頃の顧客への感謝として各店頭にてその日限りの破格値で商品を提供することで多くの来街者が訪れる。

菊まつり

平成4年から続くイベント。とげぬき地蔵尊境内・眞性寺境内に丹念に作られた菊が展示される。2000本以上の花を持つ大輪や美しい形の懸崖、繊細な仕上げの盆栽まで多数の色鮮やかな菊が好評を博し、多くの来街者が訪れる。



ミニみに縁日（8月29・30）

いつもはお年寄りで賑わう地蔵通り商店街で、毎年恒例で実施している夏休最後のお楽しみ縁日。とげぬき地蔵高岩寺境内で、焼きそばなどの食べ物だけでなく、射的や輪投げ、ボール釣などを行っている。この両日ばかりは、とげぬき地蔵も子供達であふれる。

すがも商人まつり（4月下旬の土日）

一つの商店街だけではなく、地域の商店街が力を合わせ巣鴨地域全体で取り組むイベント。巣鴨地域の6商店街に七福神を設定し、地域を巡るスタンプラリーや豊島区との友好都市の観光物産展を開催している。

事業の効果

新聞やテレビなどマスコミからも取り上げられており、全国から参詣客や買い物客を集めているほか、全国の商店街や自治体から視察が多く来ている。

事業の課題

国道17号線の拡幅により、地蔵通り側に約9メートル道路が拡幅されることで、既存の商店街や高岩寺境内のにぎわいの減少やこれに伴う公衆便所の維持、道路景観や来訪者の流動についても少なからず影響が出ることが予測される。また、中高層マンション建築など街を取りまく地域環境の変化も問題となっており、地元の人が地域協議会などを通じて地域のコンセンサスを形成しながら街づくりのアイデアを出し合い意見交換をしていかなければならない。

また、これまでのにぎわいを維持していくための活動を継続させ、お寺の伝統行事に積極的にかかわり、同時にお寺の繁栄が町の振興に貢献するという相互関係を続けていくことも重要である。

更なる商店街の発展のためには、より一層のサービス向上や新たなイベントの実施、イベント以外の販促方法の開発、街の環境の変化に対応した今後の街づくりの検討も必要となっている。

巣鴨地蔵通り商店街

所在地	: 東京都豊島区巣鴨4-22-8
会員数	: 190名
商店街の類型	: 広域型商店街
関連URL	: http://www.sugamoor.jp/



ミニみに縁日



ミニみに縁日

元町ブランドを追求し続ける取組み

！ ここがポイント

都内や近隣商店街との競争激化、みなとみらい線の開通など周辺環境が変化
する中、独自の事業展開で元町ブランドの地位を確固たるものに。



買い物客で賑わう元町ショッピングストリート

事業実施の背景

JR京浜東北線石川町駅、みなとみらい線元町・中華街駅の東側に位置する約600mの商店街で業種構成はファッション関連がほとんどである。店舗1階部分を後退させ、敷地内を歩道に提供するなど全国に先駆けたユニークな歩行者空間を生み出す他、路上駐車帯を設けるなど道路整備にも力を入れている。これらの整備については西欧文化と日本文化の交差点をコンセプトに、照明等にも同一のコンセプトを活かし、街全体の統一感を高めている。

元町は、開港以来、西洋文化の進取によって日本の商業を牽引してきた歴史を持つ商店街である。「ハマトラ」ファッションを生み出す等、ヨーロッパ調のセンスの良さを特徴としており、メインイベントである「チャームセール」には横浜のみならず首都圏からも多くの人々が訪れる著名な商店街となっている。

商店街の中核である元町SS会は有能な若手経営者が多数所属し、強固な結束を誇る組織であり、これまでも第一期の壁面線後退(1955~)、第二期の舗車道整備(1985~)等、常に次代のニーズを見越した、元町の独自性を追求した環境整備やソフト事業の展開により、繁栄を継続している。

しかし、近年、都内(渋谷、原宿、青山、六本木等)や市内の競合商店街(横浜西口、みなとみらい地区)の発展により、厳しい競争環境に置かれている。

こういった中で、念願のみなとみらい線の開通(平成16年)により、渋谷方面からの直接的なアクセスが確保される等格段の利便性の向上が図られたが、反面、東京方面やみなとみらい地区への来街者の流出も懸念されるため、オリジナリティあふれる魅力アップを目的とした第三期の街並み整備を行った。

事業の概要

21世紀の元町スタイルを創造するために、人の心に訴える街、美しい街並みの創造といったテーマで以下の整備を実施した。

歩いて楽しい回廊づくり

- 1) 美しい回廊をつくる。
 - ・路上設置物の数を極力減らす。
 - ・独自の「コの字」壁面を強調する。
 - ・突き出し看板の撤去。(看板は軒下に誘導)
 - ・長い通りにリズム感を出す。

2) 季節感のある通りをつくる。

- ・樹木や花など自然の要素を取り込む。
- ・季節ごとのイベント、色や音の導入。

3) 夜も楽しい通りをつくる。

- ・夜の印象を明るくする。

ホスピタリティのある街

1) 疲れない商店街をつくる。

- ・快適に休める公共スペースを増やす。

2) 顧客への本物サービスを徹底する。

- ・買い物案内、商品手配、配達。
- ・女性や子どもへの対応。

3) わかりやすい商店街を。

- ・案内サインの適切な配置。
- ・交差点・入口をもっと目立たせる。

4) 安全で快適に歩ける商店街をつくる。

- ・バリアフリーを徹底する。
- ・通り全体の必要な明るさを確保する。
- ・路上設置物の数を極力減らす。

上記のための、主な施設整備は以下の通りである。

- ・エントラス空間の整備
- ・パサージュの設置
- ・照明の整備
- ・植栽の整備
- ・ストリートファニチャー（案内板等）の設置
- ・路面改修、歩行者帯整備
- ・電線の地中化 等

事業の効果

- ・第三期工事が開始されるとともに、みなとみらい線が開通した平成15年度にはクレジットカードの売上高は大幅に増加した。16年度は、同線の開通熱がやや冷めたこともあり、やや低下したが、工事や新線の開通前の14年度に比べれば、大きく増加している。
- ・周辺案内サインの設置や交差点部分の整備、車道改修・休憩スペースの設置・街路樹設置等によって、山手、中華街、山下公園等の周辺地域との回遊性や安全性・快適性の向上に繋がっている。
- ・軒先灯・足下灯・ポラード照明の設置によって、集客力の弱い夜間ショッピング環境の充実に繋がっている。

事業の課題

充実した商店街組織を持ち、ハード整備やソフト事業展開等において、申し分のない運営を行っているが、昼間に比べ、夜間の来街者が少ないという課題がある。

ファッション専門店等物販店の閉店時間が早いことが主要因であり、商店街組織においても、この改善のため、平日の夜間時間帯へのO.Lの集客方策の検討等を行っている。しかし、一番の解決策である閉店時間の延長は、二交代制への転換など各個店への大きなコスト増をもたらすことになる。各店舗の経営状況が良好であり、特段の危機意識を抱いていない中で、意識転換を推進していくことはなかなか難しいといった状況がある。

元町エスエス会

所在地	: 神奈川県横浜市中区元町1-14
会員数	: 203名
商店街の類型	: 超広域型商店街
関連URL	: http://www.motomachior.jp/



キャノピー



ストリートファニチャー

！ ここがポイント

一店逸品運動の発祥地。地権者も巻き込んだ長期的視野に立った商店街の賑わいづくり。



静岡呉服町通りの街並み

事業実施の背景

静岡呉服町名店街は、JR静岡駅から北へ徒歩10分程度の距離に位置する静岡市の中心商店街の1つである。県庁・市役所などの官庁や静岡赤十字病院、市立静岡病院などの総合病院に隣接し、買い物目的外の来街者も比較的多い。江戸時代の行灯をモチーフとした街路灯や、個性的なモニュメントが多く、車道との段差も解消されており、非常に歩きやすく、そして歩いて楽しい商店街である。

昭和30年代後半からの高度成長期に静岡市の中心市街地として活況を呈し、その後も従前の賑わいを保っている元気な商店街として今日に至っている。しかしながら、近年の雇用情勢の悪化やデフレ不況による景気の低迷、加えて、小売業界の業態間・地域間競争の激化等から、商店街を取り巻く環境は一層厳しさを増してきている。また、グローバル化・IT化の進展・規制緩和・少子高齢化の進行等の経済の構造変革と暮らしを取り巻く環境の変化の中で、静岡呉服町名店街が更に

発展していくためには、商業者が結束を固め、組織力を最大限に活用し、多様化する消費者ニーズに適応した魅力ある事業を展開し、本格的な高齢化時代を迎える21世紀に対処していかなければならない。

事業の概要

現在運行している浪漫バス、コミュニティバス、低床バスなどの静岡市が進めるオムニバスタウン構想と連携した積極的な取り組みを行い、人にやさしい商店街を目指している。

一店逸品運動

専門店として生き残るために、仕入れ販売するだけでなく、各店舗がそれぞれの魅力のある商品を開発することを目的に、平成5年から始めたこの取り組みは、各店舗での来店客とのやりとりを通して、独自商品を開発及び販売している。現在では、各店に話題の逸品が存在し、全国的にも注目される商品も多い。このような商品を生み出すことは、ニーズを知らなければならず、来店客とのコミュニケーションが不可欠である。

この運動では、来店客のニーズに敏感に対応できる感性を身に付け、自信をもって商品説明することが重要である。また、ユニークな点としては、他店舗の商品について、色々とアイデアを出し合いながら、逸品の完成度を高めるところにある。

ランドオーナー会議

商店街のイメージを維持させていくためには、商店街のコンセプトにそぐわない店舗を出店させないことが必要である。家賃を下げて、コンセプトに合わない店舗を新規出店させると、そのために商店街全体のイメージが悪くなり、結果的に来店客の減少につながる可能性が高い。店舗のオーナーである地権者にも協力してもらい、今後の商店街の方向性

についての共通認識を持ってもらうことが必要である。全国チェーンの飲食店が出店することにより、商店街の諸活動が機能しないケースが全国的に多く発生している。このため、呉服町では、地権者にも商店街活動を理解してもらうための会議を全国に先駆けて設置している。

（財）日本ショッピングセンタ - 協会への加盟

商店街の経営をさらに向上させ、ＳＣの経営手法を取り入れるために、日本ＳＣ協会に加盟している。今後、ＳＣのノウハウを活用して商店街の活性化・リニューアルを図ろうとしている。

事業の効果

一店逸品運動の成功から、静岡呉服町名店街の知名度がアップした。

ランドオーナーに街づくりへの参加を繰り返し呼びかけたところ、徐々にではあるが参加者が増えてきている。空き店舗が発生し、後継テナントを選定する際に、ランドオーナーと呉服町名店街にふさわしいテナントを誘導するよう協議する機会を持つことができるようになり、良好なテナントミックスの構築に向け、一步を踏み出した形となった。

事業の課題

静岡呉服町名店街の通行量が減少傾向となっており、新たな対策を考える必要が出てきている。

ランドオーナー会議への参加者がまだ少なく、今後とも地道に協力を呼びかけていく必要がある。

テナントミックスの構築に当たっては、ランドオーナーの協力が不可欠であるが、テナント料の引き下げ等ランドオーナーに不利な条件を承諾しなければならないケースが出てきており、どこまで依頼すべきか迷うことが多くなっている。

静岡呉服町名店街

所在地 : 静岡県静岡市葵区呉服町 2 - 2

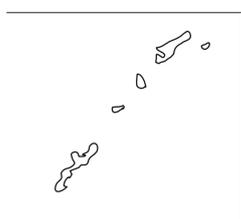
会員数 : 83店舗

商店街の類型 : 超広域型商店街

関連URL : <http://www.gofukucho.or.jp>



逸品委員会で新逸品の開発



(4) 中 部

街なか感謝デー実行委員会等（富山県富山市）	・ ・ ・ 40
片町商店街（石川県金沢市）	・ ・ ・ ・ ・ 42
玉宮通り商店街（岐阜県岐阜市）	・ ・ ・ ・ ・ 44
大須商店街連盟（愛知県名古屋市）	・ ・ ・ ・ ・ 46

「街なか感謝デー事業」と連携した事業展開

！ ここがポイント

商店街自らが中心部の駐車場を借上げ、来街者に無料開放するとともに、近隣商店街では、市民団体等が連携して多彩なイベントを開催。

事業実施の背景

近年、モータリゼーションの進展により郊外における住宅や店舗の立地が進む一方、中心市街地においては空き地や空店舗の発生と来街者の減少が生じており、中心市街地における商業活動の衰退に歯止めがかからない状況である。

富山市の中心市街地で毎年実施している歩行者通行量調査でも平成11年度に対し、平成17年度では66.5%に減少している。

市民が中心市街地を訪れない大きな原因として、郊外にある大型商業施設の駐車場では何時間駐車しても駐車料金が無料であることが考えられ、中心市街地の活性化を図るうえで、大きな課題の一つである。

このことから、TMOである㈱まちづくりとやまや商業関係者、駐車場関係者で、中心市街地における駐車料金について協議がなされ、無料サービス時間の延長を図るとともに、中心部の駐車場を終日無料開放する街なか感謝デー事業を行った。

また、全日空ホテルや富山国際会議場などが立地している大手モール商店街では、市民とともにこだわりの食材やアクセサリーを販売する「バザール」を開催することにより、中心市街地の活性化をめざす「越中大手市場」が毎月2回開催されている。

同じく、大手モールに面している富山市民プラザは越中大手市場の開催と連携して、1階エントランスや前庭を利用し、手芸作品などの実演・販売を行い、商店街と共に中心市街地の活性化を図っている。

事業の概要

1. 事業名称：「中心市街地活性化事業」

2. 事業目的：

富山市の三つの中心商店街と二つの百貨店が、駐車場関係者の理解と協力を得て、中心部の駐車場を借上げ、来街者に無料開放するとともに、市民団体等が多彩なイベントを開催し、街の賑いづくりを図る。

3. 場所：富山市中心商店街

4. 事業内容（実施主体）：

街なか感謝デー（街なか感謝デー実行委員会）

中心市街地の駐車場の協力を得て、商業者が費用負担を行い、買い物の有無にかかわらず2日間、駐車場を無料開放。また、商店街でも各種イベントを行い、㈱まちづくりとやまもパフォーマンスや農産物の市を開催。

越中大手市場（越中大手市場実行委員会）

中心市街地の活性化に取り組んでいる市民団体と地元商店街（大手モール振興組合）が一緒になり、大手モールで統一したテントを貸し出し、こだわりの食材やアクセサリーなどを販売することにより活性化を図る。

「みんなのアソビバ」（㈱富山市民プラザ）

大手モールに面して立地している富山市民プラザは越中大手市場と連携して、1階エントランスや前庭を利用し、手芸作品などの実演・販売を行い、中心市街地の活性化を図る。

事業の効果

滞在時間の延長

第1回目の平成17年11月5日(土)、6日(日)では、来街者の滞在時間が30分延長された。(通常時、平均1時間30分の滞在時間が2時間程度に延長)

歩行者の増加

第2回目の平成18年3月4日(土)、5日(日)の商店街での歩行者通行量は、事業実施前週の約2倍となる約20,000人であった。

ゆったりとお買い物

多くの来街者からは、駐車時間を気にすることなくゆったりと買物や飲食ができた大変好評であった。

波及効果

越中大手市場では、中心商店街からも人が流れ、3月5日には、従来よりも多い、約5,000人の来場者が訪れ、大変賑った。富山市民プラザでは、同じく約600人の来場者があり、越中大手市場との連携で賑いを創出した。

事業の課題

事業費の負担方法

街なか感謝デー事業を通年で行うには、多額の費用が必要になるため、その費用を関係者がどのように負担するのかが課題。

広告活動の強化

どの事業も認知度を高めることが重要であることから、より有効な広告活動の展開を図っていく必要がある。

連携体制の強化

中心市街地で行われている各種イベントなどの調整をし、より連携をした事業の展開を図ることにより、事業を盛り上げていく体制を作っていくことが課題。

街なか感謝デー実行委員会等

1. 街なか感謝デー実行委員会

- ・(協)総曲輪通り商盛会 会員数71 商店
- ・(協)中央通商栄会 会員数91 商店
- ・西町商店街 会員数62 商店
- ・(株)大和富山店・(株)西武百貨店富山店

2. 越中大手市場実行委員会(大手モール振興組合)

3. (株)富山市民プラザ

関連URL

<http://www3.city.toyama.toyama.jp/machkado/>

商店街周辺地図



来街者で賑う中心商店街



越中大手市場

「昼」と「夜」の顔をもつ商店街のまちづくり

商店街等活性化事業の事例

石川県金沢市 片町商店街

！ ここがポイント

コミュニティ基地「Kanazawa Bizcafe」の設置、光ファイバーによる商店街のネットワーク化と、多彩なイベント・地域一丸となった活動。

事業実施の背景

加賀藩前田家の城下町としての歴史を持つ金沢市の中心に位置する片町商店街は、国道沿い大通りに面し、加賀藩時代の老舗から、最新トレンドショップや夜の繁華街が一同に軒を連ねる古く歴史ある商店街である。

古き良き伝統を育みつつ、近年は「情報発信のまちづくり」をテーマとして、活性化の取り組みを行なっている。テレビやフリーペーパー、携帯を駆使したイベント等、店からお得な情報を投げて顧客を呼び寄せるしくみを考案し、取り組んでいる。また、片町・香林坊地区の5商店街でイベント等を開催するなど、5商店街が一丸となる事で、より話題性・参加性を呼び、広く来街を図り、各町の魅力の再発見を促している。

事業の概要

片町Ⅱ化による情報発信

1)金沢ビズカフェの設立と実験事業

2001年(H13年)より、地元企業、行政、大学との連携を取りながら、Ⅱ化による商業振興を目指してきた。商店街関係者の交流の場、商店街に関わる人達の交流の場、情報発信の拠点として、「空き店舗対策」の一環として、2001年8月商店街の真ん中にある空き店舗に金沢ビズカフェ(1階:洋食屋、2階:インターネット利用のコミュニティスペース、3階:会議室(パソコン教室等に活用))を整備。

2)商店街のLAN化

ビズカフェ設立に併せ、片町商店街をフィールドにしたⅡ化への実証実験として、商店街をネットワーク化。以下の実験事業を実施。

- ・プラズマ大型ディスプレイでの情報発信
- ・プラズマと携帯電話を連動したシステム
- ・携帯電話からの投票型コンテンツ

金沢大学の学生の考案による「口コミグル

メビストロスナップ」を実施。来街者が片町でお勧めの料理の写真を携帯電話で撮影し、写真と共に、コメントを携帯電話から投稿。投稿された情報が商店街ホームページ、大型ディスプレイに反映されるという仕組み。

・福光町との連携サイト「キンブクドットコム」を開設

・片町美人ママを動画で配信

・携帯電話でのクーポンサービスを実施

3)片町ホームページ「イーカタマチドットコム」

平成13年にホームページを開設。トップページには、北陸随一の繁華街として昼と夜の顔を併せ持つ商店街に相応しく昼夜の街の写真を掲載し、それぞれの情報を分割して視覚的にも分かり易いページを作成。

また、各個店情報を商店主自身で簡単に編集出来るホームページ、金沢市商店街連盟「金沢商店街物語」と連動させる事により、より情報量を増やす事を目指しており、以下のコンテンツ等を展開。

・金沢片町ショッピングサイトを開設

・片町マエストロを紹介(20名)

イベント開催(2005年度)

1)「e-片町お店スゴロク3」(6月:三日間)

商店街の店舗にQRコードを印刷したポスターを貼り、そのQRコードを携帯電話で読み取り、画面表示された画像やメッセージをヒントに指令をクリアしながら商店街を回遊するスゴロクゲーム。

2)「片町ゆかたまつり」7月31日、8月6日

ゆかたまつりの雰囲気盛り上げる為、街灯フラッグや統一ポスターもゆかた柄の夏バージョンを掲出し、店頭スタッフのゆかた着用を促し、呉服店の協力で着付けサービスを展開。

3)「クリスマス片町テレビ特番」12月1日

商店街の魅力と各個店の紹介を北陸放送にて1時間の特別番組「クリスマス特別番組・今夜はかたまちキブン」を制作し放送。街のホスト役として、'04年ミス日本(金沢出身)と地元アナウンサーが片町を訪ね歩き、

大人の片町らしいクオリティの高い番組に仕上げた。

4) 大道芸を交えたプレーゴ広場でのイベント

片町プレーゴ広場を活用した様々なイベントを開催。なお、開催にあたっては、金沢TMOが中心市街地で実施している大道芸（金沢市が選定：まちなかパフォーマンスシアター「マップス」）を、イベント内容に応じて効果的に活用し、更なる賑わいを持たせている。

- ・「おんぶ刑事」映画鑑賞会 7月27日
- ・「片町X'MASイルミネーション」11月1日~12月25日

金沢中心商店街まちづくり協議会（5タウンズ）

香林坊・片町地区5タウンズでの活動

1) 金沢中心商店街まちづくり協議会（5タウンズ）の発足

2) 金沢桜まつり

桜の開花時期にあわせて、広坂通りの歩行者天国をメイン会場として5町で一体イベントを開催。

3) ファイブタウンズフェスタ（10月）

ストリートダンスコンテストなど5町共同のイベントを開催。

4) 金沢ファイブタウンズマガジン

5町共同のフリーペーパー「KANAZAWA 5 TOWNS MAGAZINE」を発刊した。金沢の中心市街地における商店街振興のシンボリックな冊子を目指して、5町における様々な情報を街ごとに一元化掲載。発行部数は11万5千部で、商戦シーズンごとに発刊。（4月、6月、10月）

事業の効果

イベントのスゴロクゲームでは、毎年平均1,000名の参加者を募って実施しており、新聞、TV等の取材が多く、注目度が高い。また、テレビ特番では、視聴者プレゼントで838人の応募があった。

さらに、映画鑑賞会では、出演者等のトークショーを行い、観客動員153人もあり、会場が満席となり大好評を得た。

5タウンズの活動においても、ストリートダンスコンテストに全国から出場者が集結し話題性を集めた。

片町商店街

所在地 : 石川県金沢市
会員数 : 正会員66組 組合員 準会員65会員
商店街の類型 : 広域型商店街
関連URL : <http://www.e-katamachicom/>



金沢ビズカフェ



プレーゴ



7月 屋外映画上映会 & トークショー

街並み整備とイベント開催で商店街の再生

商店街等活性化事業の事例

岐阜県岐阜市 玉宮通り商店街

！ ここがポイント

商店主を中心とした地域住民がまちづくり組織を結成し、まちづくり協定の締結と街並み整備の推進、オープンカフェ等の実験的なイベントを開催。



整備前の玉宮通り



整備後の玉宮通り

事業実施の背景

- ・ 急激な人口減少と商店街衰退によって駅周辺地域から柳ヶ瀬地域を中心とする都心部が空洞化した。
- ・ かつてはいわゆる駅前通りとして賑わった南北約300m（幅員約6m）の玉宮通り商店街も、来訪者の減少が著しく、街の再生に向け、地権者とテナントから成るまちづくり協議会を新たに結成した後、ハード・ソフト両面から様々なまちづくりを展開した。
- ・ 行政側も、総合計画における活性化策の一つとして、両地区の間に位置する玉宮通りを、主要な歩行者動線軸として位置付けるとともに、歩行者優先のショッピングモールの形成により、都心部全体の回遊性の促進と賑わい再生を目指して、支援を行った。

事業の概要と経過

まちづくり協定の締結と街並み整備の推進

- ・ まちづくり協定の締結（街並み整備のルール化）による個性的な景観を有する商店街の創出（1.5mのセットバック、半地下建物の奨励等）

- ・ 事前協議システムによる協定遵守の担保（確認申請提出前の協議）
- ・ 整備費用助成による事業の推進（市によるセットバック空地整備補助）

新しい社会実験の開催による新しいまちづくりの展開

- ・ オープンカフェ社会実験（H16）の先駆的試みによるモール化の促進とまち情報の発信
- ・ 落書きクリーンアップキャンペーンの実施（H17）

定期的なイベントの開催と販売促進活動の展開

- ・ 賑わい再生のまちづくり活動の一環として定期的なイベントを開催

事業の効果

魅力的な街並みの整備と個性的テナントの集約

- ・ 1件/年程度のペースで街が更新され、全体の約30%程度が建て替わった
- ・ 既存の街並みとも相まって個性的な街並みが生み出され、それとともに多種多様なブティックや居酒屋が集積した。

イベント開催による賑わい再生

業種の壁を越えた、一体的な一つの商店としてイベントを実施することにより、まちなかショッピングモールとしての個性化を図ることができた。

都心部の回遊性促進と一体的な発展

歩行者交通量の相対的な増加による賑わい再生と、人的・物的な流動促進による駅周辺・柳ヶ瀬地域双方の活性化が図られた。

先駆的な試みによる街の情報発信

オープンカフェ社会実験や落書きクリーンアップキャンペーンにより、常に新しい街のあり方を模索しつつ、外部に対する恒常的な情報発信を図った。

事業の課題

街並み整備のスピードアップ

まちづくり協定に基づいた魅力的な街並みの早期実現に向け、建替え活動のスピードアップを図る。

景観協定等の法的拘束力を有するルール化

任意協定に過ぎないまちづくり協定を法的拘束力を有する景観協定や景観地区、あるいは地区計画のレベルに引き上げることにより、より確実に魅力ある街並みの形成を促進する。

クルマ排除による歩行者空間化の促進

現在のクルマ規制の状況は、平日は朝夕、休日は終日であるが、よりゆったりとショッピングや飲食ができるための、歩行者専用化の実現に向けた条件整備（共同駐車場の確保等）を図る。

テナントミックス等も含めたまちづくりマネジメントへの発展

テナントミックス等の商店街全体のタウンマネジメントを実施することにより、バランスのとれたモール型のショッピングストリートを創出する。

線から面へのまちづくりの展開

都市部の回遊性促進のため、玉宮通り沿道のまちづくりを面的により広域に拡大することにより、より効果的なまちづくりを促進する。

玉宮通り商店街

所在地	: 岐阜市
会員数	: 約100名(玉宮まちづくり協議会)
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.city.gifu.gifu.jp/machi/tamamiya/tamamiyah.htm



玉宮通り商店街



オープンカフェ社会実験

若者から高齢者まで楽しめるまち

！ ここがポイント

電子マネー導入やAED(自動対外式除細動器)の設置などの取り組みに加え、手作りイベントの実施など、「ごった煮」的面白さにより恒常的な賑わいを創出。



若者から高齢者まで様々な来街者で賑わっている大須商店街

事業実施の背景

商店街の概要

当該地区は大須観音の門前町で、東西約600m、南北約400mで囲まれた区域内にいくつもの道路が交差し、その主な通りには連坦性を持った8つの商店街が形成されている。アーケードタイプの商店街が主流で、個性的で多様な個店が集積した庶民的で広域的な商店街である。

8つの商店街には約400店舗、地区内全体では約1100店舗が集積し、あらゆる商品がそろっており、「ごった煮」的面白さがあるため恒常的な賑わいを呈している。また、若者から高齢者まで多種多様な来街者のニーズを満たすべく「大須ブランド」を構築しつつある。

商店街活性化への取り組み経緯

門前町としての大須は、商業の街として戦前まで大いに発展してきた。しかし、戦後、徐々に衰退の一途をたどり、名古屋市の中心地区である栄地区との間に若宮大通り(幅100mの道路)ができる、「陸の孤島」化し、人通りの寂しい空き店舗ばかりの商店街と化した。

昭和50年に、この現状に危機感を抱いた地元商店街は大学の先生や専門家などと協力して「アクション大須」を実施し、この成功がきっかけとなり、昭和53年以降、「大須大道町人祭り」等の仕掛けを連続して行うとともに、これと前後して特徴ある大型店が出店してきたため、人通りが変わり、空き店舗が埋まっていった。大須観音に隣接してアーケードが設置されているため、参拝客が直接商店街を訪れることができる。

事業の概要

- ・最寄りの地下鉄駅構内には商店街方面の案内掲示がされている。
 - ・地元テレビ局の放送スタジオが商店街の中にあり、平成16年4～9月の半年間にわたって、月～金曜日の夕方に毎日そのスタジオから生放送をしていた。
 - ・商店街各所で商店街マップを無料配布している。マップには商店街振興組合に加盟していない店も掲載している。
 - ・店主が高齢化して、来客者の需要に応じる商品(特に服、靴)を選定できなくなると、外から若い店長を呼んできて品物を変えて対応する店が多く見られ、外部の人による活性化が図られている。
 - ・店主が扱う商品を変えることをあまり厭わない。家具屋を営んでいた人が儲からないと靴屋に商売替えをするといった柔軟な対応をしているのが強み。
 - ・近所の不動産屋が出店希望者に対して空き店舗情報を提供しており、外部からの出店希望者も多いため、空き店舗は殆どない。
- 新しい取り組みと今後の動き
- ・平成17年7月1日から電子マネー「E dy」を導入。商店街の若者向けの衣料、雑貨店などを中心に約200店舗が参加、商店街で一時期

に導入された事例としては、国内最大級となった。決済手段を広げ、サービス向上で利用客の増加を図る。安心・安全なまちづくりのため、AED（自動体外式除細動器）を1台設置。今後も設置箇所を増やす予定。

事業の効果

商店街のイメージ定着

イベントのうち最大の「大須大道町人まつり」は、平成17年度で27回目（毎年1回）になる。例年、名古屋まつりと同時開催だが、今回は、万博のため名古屋まつりが早くなり、単独の開催となったにも関わらず、例年に近い動員があった。

若手経営者及び組合員間の連帯感の向上

イベントの実行委員長（責任者）は、若手経営者から選任し、企画～立案～実施まで、各委員、組合員を牽引し、協力のもと運営。なお、実行委員長は毎年変わることが取り決めてられている。

その他

- ・E d yを導入し決済手段の多様化と利便性を提供。
 - ・A E D導入による「安全安心な商店街」。
- これらは新しい取組として、来街者サービス向上とともに、他地区に先行して取組、大須商店街の情報発信のソースでもある。

事業の課題

集客増、購買増を目指す。

- ・イベントの内容の検討をして、新しいものを取り入れ常に新鮮なものとする。
- 組合員の意識向上を図る
- ・個店の経営は、テナントがやや増加傾向のため、組合員意識の向上を図るとともに、組合員のメリットになる事業の検討。（今回 大須商品券を実施 2006.04）

A E D（Automated External Defibrillator：自動体外式除細動器）とは、電気ショックが必要な状態を判断できる心臓電気ショックの器械である。

除細動（心臓への電気ショック）器の使用は、これまで医師・看護師・救急救命士などにしか許可されていなかったが、平成16年7月より除細動器の使用が一般市民にも認められ、最近では、駅・スタジアムなど、たくさんの人が集まる施設への設置が進んでいる。

大須商店街連盟

所在地 : 愛知県名古屋市

会員数 : 8組合 368店

（万松寺通商店街、大須新天地通商店街、名古屋大須東仁王門通商店街、大須仁王門通商店街、大須観音通商店街、大須門前町商店街、大須本通商店街、赤門明王商店街）

商店街の類型 : 広域型商店街

関連URL : <http://www.osu.co.jp/>

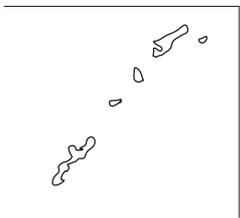
大須大道町人祭りのオープニングセレモニー



名古屋テレビ放送（メーテレ）のTV放送スタジオ

平成16年4～9月の半年間、毎週月～金曜日の夕方にこのスタジオから生放送を実施した。





(5)近畿

京都錦市場商店街（京都府京都市）	50
粉浜商店街（大阪府大阪市）	52
天神橋三丁目商店街（大阪府大阪市）	54
豊中市内5商店街等（大阪府豊中市）	56
阪神尼崎駅前13商店街（兵庫県尼崎市）	58

「錦市場」活性化へ向けた伝統と革新の追及

商店街等活性化事業の事例

京都府京都市

京都錦市場商店街

！ ここがポイント

「錦らしさ」・「錦ブランド」を次代へ継承発展させる「錦にぎわいプロジェクト」の推進。



H15年に実施したファッションショー

事業実施の背景

京都錦市場商店街は、京都市のほぼ中心に位置し、日頃から生鮮や加工食品を販売する「京の台所」として多くの市民に親しまれてきた。

また食への関心が高まるなかで、同商店街は観光スポットとしても注目を集め、京野菜などの食材を使った料理を提供する店も増えてきている一方、異業種の出店や観光俗化による「錦らしさ」の喪失が危惧されている。

さらに最近京都市内はもとより首都圏など同商店街以外で「錦市場」を名乗った飲食店や商品が目立ち始めていることに危機感を抱いていた。

事業の概要

このような危機感から「錦市場」のブランド力を継承維持し、さらなる「錦市場」の繁栄を目指し「錦にぎわいプロジェクト」を発足させ、以下の事業を推進している。

「錦市場」商標登録の取得

「錦市場」のブランドを適切に保護するため、平成16年4月に特許庁に商標登録を出願し、平成17年1月京都府内の商店街では初めて「錦市場」の商標登録を取得した。

「錦流」文化創出イベントの実施

平成15年10月に若手デザイナーによる「出雲の阿国」をテーマにしたファッションショーを開催し、約700人の観客を集め新たな一面を見せるとともに、平成17年3月及び10月には京都市の姉妹都市フィレンツェ（イタリア）のサンロレンツォ市場から関係者を招き、ズッキーニの漬物などの販売、即席のワイン立ち飲みバーも開設し、食のイメージの広がりや奥行きのあるイベントを実施した。

「錦らしさ」を追求するテナントミックス

食にこだわる「錦らしさ」に共感し、伝統を守り育てていこうとする経営理念をもつ出店希望者を募集しテナントバンクへ登録するとともに、空き店舗が発生した時、その家主にテナントミックスへの理解を求め、出店希望者に物件紹介や家主との面談・交渉を支援している。

事業の効果

商標登録取得による責任の共有化

「錦市場」ブランドの乱用防止はもとより、組合員が商品の製造、品質管理、販売の全てにおける「錦市場」ブランドとしての責任を自覚し、食へのこだわりを再認識した効果は大きい。

世界の「錦市場」としての第一歩

海外提携具体化の促進とイタリアと日本両地でのイベント開催や交易、市場のビジョン策定へ向けた足がかりとなった。

「錦らしさ」の新陳代謝

商店街（市場）としての絆を大切にし、円滑な新陳代謝が図られ、概ね「錦らしさ」のテナントミックスは順調に進捗している。

事業の課題

商標登録による差別化を明確にするためのより具体的な「錦市場」ブランドの創出

海外提携による世界の「錦市場」としての販路開拓

員外への「錦らしさ」を追求する啓発

「錦市場」には他にない、いつも新しい感動が得られることを顧客に期待させるこだわりへの飽くなき追及

京都錦市場商店街

所在地	: 京都市
会員数	: 126 商店
商店街の類型	: 超広域型商店街
関連URL	: http://www.kyoto-nishki.or.jp/



京都錦市場商店街

ファッションショーの様子



神社と連携して賑わいを創出

商店街等活性化事業の事例

大阪府大阪市
粉浜商店街

！ ここがポイント

アーケード、カラー舗装等のハード面のリニューアルで、買物客の安全性の向上を図るとともに、近隣の神社と連携したイベントにより賑わいを創出。



「はったつ市」の告知を掲げた商店街の様子

事業実施の背景

1980年代に周辺の商業地の整備が進み、地域間競争が激化、来街者が減少しはじめた。そこで、商店街の独自の顔となる目玉イベントをつくってお客様を呼び込むことが必要であった。また、老朽化していたアーケードとカラー舗装を改修する必要があった。

事業の概要

「はったつ市」の実施

粉浜商店街の近くには住吉大社がある。関西一の参拝を誇る歴史のある神社「住吉大社」は初辰さんの名で広く親しまれている。毎月初めの辰の日に行われる例祭「初辰まいり」は、ハッタツ=発達に通じるところから、商売繁盛・家内安全・徐災招福などの御利益があり、とりわけ四年間（四十八月）お参りすると、四十八辰（始終発達）となって諸願成就するとされている。そのため、毎回1万人の参拝客が近畿一円から訪れている。「はったつ市」は、これらの参拝客に商店街で買物してもらおうというのが狙いで平成2年から行われている。住吉大社境内において、参拝者にチラシを配布する。チラシを持ってきた買物客は商店街入口2ヶ所でスタンプを貰う（スタンプラリー）。そのチラシ1枚で空クジなしの抽選が1回でき、大吉千円・中吉五百円・小吉百円の買物券が当たるようになっている。また、年1回の初辰大祭（毎年5月）には、大大吉三千円の買物券を出す。各店舗の店先には招き猫のイラストのポスターが貼られ、組合員は、これらの買物券を自店で使ってもらえるようお買得品を用意し、赤い「はったつ市」ハッピーやエプロンを着用して顧客を迎える。

アーケード・カラー舗装等のハード面のリニューアル

粉浜商店街のアーケードは、昭和28年に第1回が建設され、昭和52・53年にアーケード・カラー舗装工事が完了した。その後20年近くが経過し、老朽化が目立つようになったため平成11・12年に改修工事を完了した。

事業の効果

「はったつ市」の実施による賑わいの創出

今では、参拝客だけでなく地元の人たちにも大好評で、毎回約3千人が抽選会に参加し、毎月この日は来街者数が倍増するまでになっている。商業者も大いにハッスルし、「はったつ市オリジナル商品」の開発にも力をいれている。今では、「はったつ寿司」「はったつ豆」「はったつコロッケ」等の人気商品が生まれ、市の賑わいに華を添えている。

アーケード・カラー舗装等のハード面のリニューアル

快適な買物空間の確保と既存の老朽化したアーケード・カラー舗装の更新による安全性の向上が図られた。

事業の課題・反省点

「はったつ市」や「住吉公園さくらカーニバル」は実績もあり、商店街への集客力向上効果も高い。しかし、地元住民の購買流出を防ぐためには、新たなイベントが必要である。7月の木曜定休日に開催して集客が多い夜店を大規模なイベントとして定着化することが課題である。

粉浜商店街の方向性を、地域住民の便利な買物の場としての「住人を増やす方策」と、地域の名所等をPRして遠隔地から「来街者を増やす方策」の両建てを確立することが課題である。

粉浜商店街

所在地	: 大阪府大阪市
会員数	: 約120
商店街の類型	: 近隣型商店街
関連URL	: 粉浜商店街 http://www.33ocn.ne.jp/~kohama/



アーケード

ほんまもんの商店街の繁盛店づくり

！ ここがポイント

個店経営者、後継者に対し、店舗レイアウト・店舗運営計画・店舗ディスプレイなど、繁盛店の創造計画を実務を交えて指導し、若手人材を育成。

商店街等活性化事業の事例

大阪府大阪市 天神橋三丁目商店街



街のシンボルはアーケードを彩る天神花

事業実施の背景

天神橋三丁目商店街振興組合は、常に街再生の視点から商店街の復興を目指してきた。その甲斐あって、いまでは空き店舗もなく、賑わいを見せている現状である。

しかしながら、商店街の集客が必ずしも既存の各個店を潤すものでもなく、経済不況により個々の店の体力が弱り、閉店を余儀なくされつつあった。

また、天神橋三丁目商店街には、空き店舗を埋める形でフランチャイズチェーンやナショナルチェーンが進出を計ってくる。その中で、既存の各個店がこれらに対抗するためには、経営改善、店舗レイアウト・ディスプレイの改善が不可欠であり、こういった改善策を習得する必要がある。

事業の概要

ほんまもんの商店街の繁盛店づくり

- ・老舗を継ぐ戦後三代目の商人（30～40代）を中心に商人塾を開く（平成16年8月から平成17年1月まで毎月1回実施）。
- ・「個店の問題点の抽出」、「商品構成の見直し」、「顧客づくりとレイアウトの見直し」、「ブランドをつくる」、「改装の留意点」、「催事設計」等ソフト・ハード両面をテーマに、参加店舗間で意見交換を実施。
- ・既にお客様に知名度のある「天神橋筋」をブランドとし、「老舗クローズアップ大作戦」と称して活動を実施。
- ・集客アップの取組の1つとして、「朱印帳」ならぬ「集印帳」を作成。これは、買い物客が各店オリジナルのハンコを集めながら、老舗巡りを楽しんでもらうものである。
- ・塾の開催にあたっては、外部コンサルタント・専門家を招き、店舗レイアウト・ディスプレイの改善を行った。あわせて店舗運営の技法、考え方を習得し、今後自店で改善できることも目標とした。



集印帳に押される、老舗をイメージしたハンコ

事業の効果

- ・店舗診断の助言により店舗レイアウトを変更、店のイメージが変わり新鮮に蘇った。結果、徐々に来店客の増加につながり、繁盛店を目指す意欲が向上した。
- ・コンサルタントからは、「顧客にとって魅力ある店とはどうあるべきか」、「入店を促すにはどうすべきか」の視点を学び、今後の店舗運営のノウハウを習得できた。
- ・塾修了生には「街の達人」の称号を授与したことにより、店主は老舗の自信を取り戻すとともに、天神橋の街守りとしての自覚を増した。街と店の活性化促進のリーダーとなる人材育成につながっている。
- ・受講生にアンケートを実施。調査結果は、2年目以降のデータとして組合に情報蓄積されている。

事業の課題・反省点

- ・飲食店と物販店では、営業時間、閉店時間が異なるため、同じスケジュールで研修を行うことが難しく、今後運営委員会の検討課題である。
- ・研修参加店を増やすには、研修内容をさらに魅力あるものにする必要がある。修了生のアンケートを基に検討する意向。
- ・「老舗クローズアップ大作戦」を西国三十三ヶ所巡りにかけて「天神天満三十三ヶ所巡り」のキャッチコピーで展開する。ゆくゆくは加盟店を増やし「八十八ヶ所」を目指している。
- ・大作戦の一環として、「今に生きる天神橋筋の街商人たち」の冊子を販促ツールに活用すべく企画中。老舗店の紹介のほか店主の写真も掲載。あわせて「集印帳」参加店を増やすべく呼びかけていく予定。
- ・老舗のプライドを維持しつつ、お客様の信頼を獲得できるようにすることが課題。

天神橋三丁目商店街

所在地	: 大阪府大阪市
会員数	: 164
商店街の類型	: 超広域型商店街
関連URL	: http://tenjin123.com/



天神橋筋商店街



商人塾 店舗診断・助言の様子

きらりと光る商店がまちの魅力を高める

商店街等活性化事業の事例

大阪府豊中市 豊中市内5商店街等

！ ここがポイント

個店にスポットライトをあて、「あきんD Oクラブ」での取組を通し、商業者を育成・支援。きらりと光る個店の魅力を集め、商業集積全体の活性化へ。



大阪文化服装学院の学生が提案した新ショップ
(同学院の卒業展示にて)

事業実施の背景

阪急宝塚線豊中駅周辺は従来より金融・商業の中核ゾーンとして繁栄してきたものの、車によるアクセスの不便さや郊外大型店の出店等により、徐々にその地位を低下させてきた。そのため、駅前商店街の衰退に危機感を抱いた商業者有志が始めた勉強会から活動がスタートし、平成4年に行政の支援を得て、地域住民と一体となってまちづくり活動を推進する「豊中駅前まちづくり協議会」(平成14年に「まちづくり推進協議会」に改名)が発足した。その後、「まちづくり構想」を具体的に進める事業主体として、上記メンバーを中心として平成11年に「(有)豊中駅前まちづくり会社」を設立した。ハード整備やイベント等による活性化策だけでなく、個店が元気にならなければ、まちの活性化には繋がらないとの考えから、個店の活性化に注力するようになった。商店街等を構成する個々の店そのものにスポットライトを当て、それらのきらりと光る個店の魅力の集合体として商業集積全体の活性化を図っていくとする考え方が必要になってきた。

このような考えから、平成13年度に「繁盛店づくりサポート事業」を開始した。この事業では個店にアドバイザーを派遣し、経営改善等の指導を行ったが、専門家などの支援者と店主のやりとりの支援の現場での相談やアドバイスなどが店主間でフィードバックできれば、なお効果的である。そのようなことから、経営改善を目指す店主が集まって情報交換・交流する必要性を改めて感じた。また、個店支援の初期の段階では「経営の課題整理」といった側面が強かったが、課題解決に向けた具体的な作業までを視野に入れ、品揃えの見直し等、個々のお店の抱える具体的な問題に対応するとともに、新たな商品の開発・発掘の支援として、「逸品づくりチャレンジ事業」(H15)に取り組んだ。これらの事業の集大成を図り、これまでの個店の経営改善支援を拡充したのが平成16年より実施した「あきんD Oクラブ」である。

一方で、この「繁盛店づくりサポート事業」には、これまで商店街の共同販促事業にも積極的でなかった若手店主や後継者が参加しており、自店の経営改善を検討する過程で「商店街への集客アップがなければ、個店の経営改善だけでは難しい」と、自分の商業団体の事業への問題意識も芽生え始めた。こうして、商店街の次代のリーダーを養成するための講座「新・商人大学」を平成15年に開催した。

事業の概要

商人塾

「あきんD Oクラブ」では、「繁盛店づくりサポート事業」の経験を踏まえ、店主が集まる塾の形式にしたうえで、全体研修と分科会、さらに個別指導というカリキュラムを組んだ。前半1時間で全体研修を行い、経営全般等に関する講義を行う。後半の1時間は分科会で、「経営改善」「新商品」「販促・PR」の3部会に分け、受講者はそれぞれの講座に

豊中市内 5 商店街等

所在地 : 大阪府豊中市
会員数 : 5 商店街等 205 店
(桜塚商店街、岡町商店街、服部阪急商店街、豊中新開地市場事業協同組合、豊中市桜塚ショッピングセンター事業協同組合)
本事業参加数 : 18 店
商店街の種類 : 地域型商店街
関連URL : (有)豊中駅前まちづくり会社
<http://homepage2.nifty.com/matidukur/>

分かれてテーブルを囲むゼミナール方式で進められる。また、分科会終了後に交流会の場を設け、受講者同志の交流を深めていくよう配慮した。このような集合研修は毎月1回、計8回開催。さらに、若者の新たな視点や感性を活用する大阪文化服装学院の個別支援や消費者に自店の特徴や「売り」をアピールするケーブルテレビの特別番組の支援がある。

事業の効果

塾への参加18店舗のうち、経営改善に着手したのが16店舗。塾の形式を採用したことにより、受講生(商業者)の仲間意識が強まり、また、お互いの店についてアドバイスや意見交換をするようになり、いい意味で競い合う雰囲気生まれた。

また、売上げが商人塾参加の前年比約3倍となった店舗も出てきている。

事業の課題・反省点

今回の「あきんDクラブ」は参加者の間でも大変好評であった。今後も継続的にこの事業を推進していく考えである。ただ、まだ十分にこの事業のメリットが多く商業者に理解されていないのが現状である。したがって、いかにこの講座が実践的・効果的であることを広報等を通じてPRしていくことが課題である。



「あきんDクラブ」全体講義



「あきんDクラブ」分科会

地元球団とともに躍動と感動の商店街

！ ここがポイント

「地元球団の商店街」のイメージでメディアに露出する「阪神尼崎駅前商店街」。



地元球団への応援で彩られた商店街

事業の背景

尼崎市の中心市街地は終戦直後のヤミ市、そして高度成長期に「阪神間工業地帯」の衣食を賄う街として大きな発展をとげた。尼崎市の人口も昭和40年代には56万人を数え、人口密度全国ナンバー1の街だった。現在は、産業構造の変化などの波に洗われ尼崎市の人口は46万人に減少し、その大半は阪神尼崎駅を中心とする「市・南部」で減少した。

ピーク時には、小売1000店に飲食店が数百軒にのぼった街も徐々にその活力は失われていった。それでも13の商店街・市場に現在600軒もの物販店が立地し、中核となる中央商店街は190軒に空き店舗が「0」という状態で、出店希望者が引きも切らさない状態である。

ただし、この5年間に、地元店主が廃業し、ナショナルチェーンなどに衣替えした件数は半数近い90件に上る。

中央商店街からはずれた商店街や市場には空き店舗が急速に増加し、街に危機感が募る中、その中央商店街の中の中央三番街が、平成14年、地元球団の開幕7連勝フィーバーの際に「私設マジックボード」をアーケードからぶら下げたことから、地元球団を応援する商店街としてマスコミから大きな注目を浴びた。

事業の概要

地元球団とともに躍動と感動の商店街を目指して

以来、地元球団が好調になると必ずマスコミはこの街に取材に来るようになった。そして翌年の優勝時には駅前で約7000人を動員してのパブリックビューイングを開催、一層メディアからの注目が高まった。優勝セールには30年前を思わせるほど多くのお客様が押し寄せ大賑わいとなった。口々に「あれが、マジックボードや」「あの店のオジサンテレビに出ていたな」「少し来ない間にこの街も変わったな」と話しながら買い物をした。特に地域の常連の皆さんが嬉しそうなのがとても印象的でメディアの効用が実感できた。

「ホンマに地元球団を応援する商店街は大事なリソースや、これでいこう」すぐに決まった。

2年後に岡田監督で優勝

商店街の方向性は決まったものの、翌年は監督が変わって球団の調子は悪かった。ところが、平成17年にまさかの優勝。

この間に、イロイロな仕掛けを準備できた。株式会社TM0尼崎が関西の4大学と共同研究に取り組んでいたが、そのテーマのひとつに「地元球団グッズの開発」を挙げ、甲南大学経営学部と取り組み「応援戦隊・アマレンジャー」を2005年4月にデビューさせた。また、関西大学商学部は、空き店舗率が50%近い新三和商店街にある、アーケード内の歩道タイルに昭和57年に埋め込んだ18人の往年の名選手の手形をまちおこしに使おうと秘策を練り始めていた。

ところが、そこにまさかの優勝。2年前には「私設マジックボード」しかなかった取材ポイントが監督の手形、アマレンジャーは街を移動し、タイムリーに行く「ホンモノマジック点灯イベント」と連日連夜マスコミに様々な応援シーンを露出することができるようになった。

そして、イヨイヨ優勝のその瞬間、「あの感動をもう一度皆で分かち合おう」と「駅前でのパブリックビューイング」は、数百万円の予算も商店街で即決支出が決まった。

事業の効果

優勝翌日からの「セール」は前回をも上回る大盛況となった。前回のセールで「予想外の来客にセール準備を怠った店」「セール品に限定しすぎて売上につなげることができなかった店」の学習効果も手伝って、売上額もまさにフィーバーとなった。

事業の課題

「地元球団が弱いときはどうするネン」そんなネガティブな話は出なくなった。イロイロなアイデアが今出てきている。

「球団の往年の選手の手形を地面に置くのはもったいない」「アマレンジャーのグッズを開発しよう」「名物のオバチャンやアマレンジャーだけではアカン、オレがチンドン屋するワ」「今度は金本選手のイベントや」老いも若きもワイワイガヤガヤ。話題は尽きない。

オマケに悪夢の日本シリーズ終了からわずか1月間で、三和地域の空き店舗が7軒も埋まった。「やったらできる」ポジティブ思考に拍車がかかりそうな気配。

13の商業団体が、それぞれにそれぞれの持つ資源を有効活用しよう。アイデアを学生も一緒に皆で考えよう。思いついたらすぐにやろう。何とかこの機運をより一層良い方向に繋げて行きたい意向。今年、地区の入口である阪神尼崎駅最寄りの商店街アーケードがリニューアルされた。単に、アーケードの更新だけではなく「安全安心そしてファサードの統一を視野におさめた街づくりガイドライン」が高らかに謳われ、官民一体となった新たなまちづくりで、地域連携も育ち始めている。尼崎ならではの逸品「メイドインアマガサキ」の販売も好評。

阪神尼崎駅前13商店街

所在地 : 兵庫県尼崎市

会員数 : 13 商店街・市場 約600 商店

(中央商店街(一番街、三番街、四番街、五番街)

三和本通商店街、新三和商店街、尼セン、リベル

三和市场、神田市場、ナイス市場、三和西町、神田新道)

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL 元気街ホームページ

<http://www.genki.or.jp/>

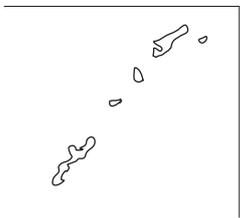
楽天・アマガサキタウンホームページ

(メイドインアマガサキ)

<http://www.rakuten.co.jp/mia/>



アマレンジャーの勇士たち



(6)中国・四国

高松丸亀町商店街（香川県高松市）・・・ 62

松山中央商店街（株まちづくり松山）
（愛媛県松山市）・・・ 64

商店街で取り組むタウンマネージメントプログラム

商店街等活性化事業の事例

香川県高松市

高松丸亀町商店街

！ ここがポイント

土地の所有と利用を分離した商店街マネージメント等の実現。

タウンマネージメントプログラム

目標・方針 (数値目標)

- ・高松市の市民が集うメインストリートとなる。コンパクトシティづくりへ寄与 (来街人口、商業床面積)
- ・来街者も住民も、時間をゆっくりかつ楽しく過ごせる快適 ゆたかな公共空間がある。
- ・定住している住民がおり、楽しい快適な生活をおくっている。(住宅戸数)
- ・市民の活発な文化種や社会課題 (高齢化とニートなど) 解決の活力を支える施設がある。
- ・郊外からの住民も集いやすい。(駐車場の規模など)
- ・生活スタイルを趣旨、哲学をもって常に市民のニーズに応える。
- ・自立した経済をサステナブルに維持 (売り上げ、公共への還元)
- ・土地の合理的利用
- ・コミュニティを育み支える建築 住宅 施設

デザインコード

地区計画

- ・地区整備方針
- ・地区整備計画

デザインコード

- ・デザインコード
- ・協定 (運営体制)

事業プログラム

合意形成

全体と街区の調整

- ・事業費
- ・スケジュール
- ・コンセプト

事業スキーム

- ・活用制度の検討
- ・ビジネスモデル
- 資金調達システム
- ・サステナブルな更新をめざして (経済的自立)

MD戦略

ゾーニング

- ・各街区の性格づけ
- 高松スタイル構築と普及
- ・LHASを基調に
- ・スローフードから食を提案
- ・情報誌発行
- モブリングシステム
- ・悉皆屋システムによる地域職人との連携
- アートプロジェクト
- 市民参加

事業実施の背景

商店街の現状とその分析

高松丸亀町商店街は香川県の県庁所在地市・高松の商店街である。約150店舗からなる商店街の総売上は、最盛期の1992年には270億円、通行量3000人/日に達していた。しかしすでに1980年代には通行量の停滞現象が観察されており、郊外でのショッピングセンター建設が次々と表面化し始めた。通行量は大幅に減少をはじめ、売り上げが急速に落ち始め、売り上げ、通行量共に、最盛期の50%減となっている。

丸亀町商店街の課題

商店街が確認してきた課題は以下の6項目がポイントである。

商店街における業種の偏りを正すこと

魅力的な都市空間を創り出すこと

居住人口の減少に歯止めをかけ、定住人口の確保を図ること

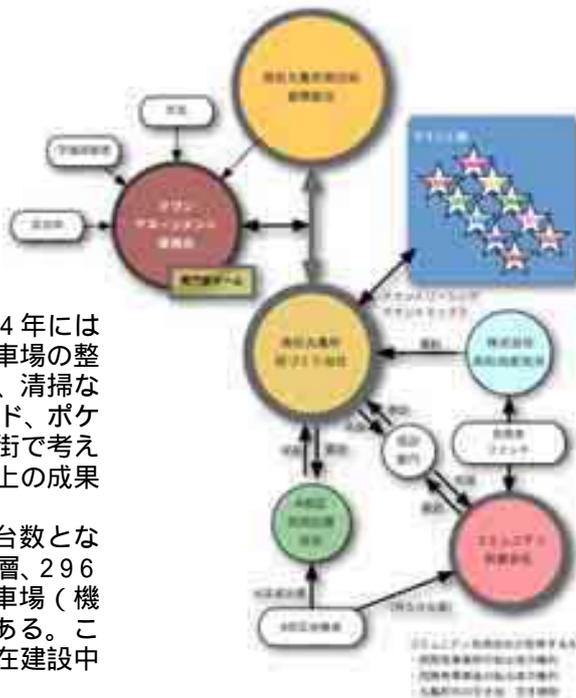
より合理的な土地利用を進めること

地価の高値安定によってもたらされる問題に対応すること

不動産賃貸業としての店主の増加に対応すること

マーケット調査から

- 1) ドライブタイム1時間圏の人口など都市勢力圏は四国随一で都市型商業のポテンシャルが高いこと、2) 歴史的・地勢的に東京と直結の意識が強い土地柄だが(たとえば子弟の進学先は関西より東京)、本四架橋以降地元を大事にしようという機運が急速に高まり「高松型ライフスタイル」が求められるようになってきていること、3) 市民には経済的・時間的・社会的ゆとりがあり、多様なレジャー・ホビーが展開されている良質なマーケットであること、などが見いだされた。



これまでの商店街活性化事業

1963年に本格的なアーケードを設置、1984年にはそれを一新し、現在に至る。1970年代には駐車場の整備に乗り出した。販促・イベント、カード事業、清掃などマネージメント事業はもちろん、テレビガイド、ポケットパーク、コミュニティ施設などおよそ商店街で考えられることはすべて取り組み、いずれも水準以上の成果をあげてきた。

特に駐車場に関しては、現在769台の駐車台数となっており、その内訳は、北駐車場自走式(7階8層、296台)、南駐車場機械式(2基、77台)、第三駐車場(機械式71台)、第四駐車場(自走式325台)である。これに加え、A街区駐車場(自走式219台)を現在建設中(2006年11月竣工予定)である。

事業の概要

商店街コンセプト

2005年1月に高松丸亀町商店街A街区第一種市街地再開発事業が着工した。再開発によって土地の所有と利用を分離し、適切なテナントミックスを実現しようとしている。A街区に続き、商店街の他の街区でも共同建替えや店舗の改修をしていきたいという気運が高まっている。A街区の再開発は丸亀町商店街一新の第一歩であり、これに続く開発は商店街全体を見据えたマネジメントの基にコントロールされなければならない。

高松丸亀町商店街振興組合は「丸亀町をどのようなまちにしたいか」をまとめ、唯一最大のゴールを「高松市民が集い憩う場所になること」とした。都市には、市民が集い憩う、市民生活の中心となる場所が必要だ。中心の存在はコミュニティ成立の基本である。都市の経済にも欠かせない。丸亀町は、高松市の都市構造から見てももっとも中心にふさわしい位置にある。丸亀町にとっても、適切なマネージメントの元に、機能や空間を整備し、市民の期待に応えていくことが生きのびる唯一の道と確信する、とし、このゴールを実現する9つの目標・方針を掲げた。

事業実施の効果と課題

これら9つの目標・方針を実効性あるものにあるため具体的なプログラムを平成17年度に策定した。今後はこれらプログラムを有効に活用し、消費者ニーズに対応した小規模な共同建替えやファサード改修を連鎖的に行い、商店街全体にデザインコード、事業プログラム、MD戦略を波及させていくことが目標・課題である。

高松丸亀町商店街

所在地 : 高松市丸亀町
組合員数 : 104名
商店街の種類 : 広域型商店街
関連URL :

<http://www.marugameachine.jp>



丸亀町商店街の現状



丸亀町商店街A街区再開発ビル(2006年11月完成予定)



再開発前の丸亀町A街区(2004年10月)



丸亀町第四駐車場(2004年4月オープン)

道路空間を活用した情報発信事業を実施

！ ここがポイント

商店街のアーケード内の道路空間（公共空間）を活用した大型映像装置により情報発信事業を実施することで、財政基盤の確保を図り、まちづくりに還元。



アーケードに懸架したプラズマディスプレイ等の大型映像装置

事業実施の背景

松山中央商店街は銀天街・大街道の4商店街で構成される。平成14年度から16年度に大手百貨店OBを商店街マネージャーとして活用した商店街マネジメント対策事業により、商店街が1つの事業体となってまちづくりに取り組む基盤が確立されてきた。

これをきっかけとして「自分たちのまちは、自分たちでつくる」を合言葉にまちづくり会社「株式会社まちづくり松山」が平成17年7月1日に設立された。

同会社は、中心市街地の商業等活性化重点区域における活性化事業の実施主体として、積極的に地域のまちづくりに取り組むことで、同区域の活性化を図ることを目的とし、収益事業の実施による自立的経営を目指し、様々な公益事業等に責任をもって取り組んでいく事業者（組織）である。

また、株式会社ではあるが、収益事業で得た利益について、株主への利益の分配は行わず、自主的なまちづくりの経費に充当することで補助金に頼らない、自立したまちづくり事業を展開している。

事業の概要

道路空間活用まちづくりモデル構築事業

松山中央商店街の大街道入口前の地元銀行支店壁面に、大型映像装置1基とアーケード内全域にプラズマディスプレイ等23基を新たに設置。坊っちゃん広場前の銀天街入口に既に設置された活用中の大型映像装置「ギャラクシービジョン」を合わせた同商店街内における情報受発信システムを構築、一元化を図る。

アーケード内の道路空間に設置したシステムを利用し、各種情報や企業広告等の情報発信を行いながら、財政基盤の確保を図るとともに、中心市街地の環境整備やイベント事業等のまちづくりに還元し、中心市街地活性化に寄与する。

また、同システムにて商店街・個店情報の定期発信と市民からの情報を受信することで消費者への来街動機の発掘を行い、商店街の賑わいを再生する。

同事業の採択とまちづくり会社「㈱まちづくり松山」設立を契機とし、アーケード内の道路空間（市道）を活用した広告収益事業を実施するため、商店街マネジメント対策事業で構築した道路空間活用のルール等をベースに市の関係各課と「㈱まちづくり松山」が、イベントや商品陳列等にかかる道路管理の協定と、アーケードに懸架する屋外広告物に関する協定を締結し、同事業の実施を実現した。

事業の課題

情報発信事業の維持・向上

自立したまちづくりを実施していくためには、必要経費を抑制し、活動費となる自主財源を確保することが必要である。

また、各種情報や広告など情報発信事業の質等の維持向上にも取り組まなければならない。

商店街・個店と連携した魅力ある情報発信

来街者や市民のニーズを捉えた魅力ある情報の発信を行うことが重要であり、商店街及び個店と連携した魅力あるイベント及び商品・サービスの情報を発信することが必要である。

消費行動に繋がる集客イベントとの連携

大型映像装置を活用した商店街集客イベントと連動し、来街者の消費行動に繋がる積極的な宣伝広告等の情報発信が必要である。

広報活動の強化

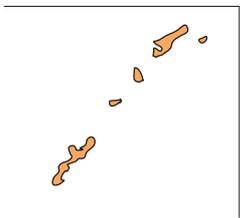
消費者及び市民への認知度を高めることにより、企業等からの広告掲出が増加し、財政基盤の確保に繋がることから、有効な広報強化が望まれる。

松山中央商店街

所在地	: 松山市
店舗数	: 約 360 店舗
延長	: 約 1 km
類型	: 広域型

株式会社まちづくり松山

所在地	: 松山市
資本金	: 1,000万円
株数	: 100株
	(平成18年3月1日現在)



(7)九州・沖縄

佐世保市内 2 商店街（長崎県佐世保市）・・・	68
長崎市中央地区商店街（長崎県長崎市）・・・	70
ストリート・アートプレックス熊本実行委員会 （熊本市内 6 商店街）（熊本県熊本市）・・・	72
宮崎市内 6 商店街（宮崎県宮崎市）・・・	74
中央地区商店街（鹿児島県鹿児島市）・・・	76
那覇市国際通り 4 商店街（沖縄県那覇市）・・・	78

商店街が市民参加の「イベント会場」

商店街等活性化事業の事例

長崎県佐世保市 佐世保市内2商店街

！ ここがポイント

1口1,000円でイルミネーションの提供者を市民から募るなど、イベントの主役を「市民」とすることにより商店街と市民の一体感の醸成。

事業実施の背景

長崎県北部に位置する佐世保市は、烏帽子岳、将冠岳を主峰とする2山系に挟まれているという地形的な特徴により、市中心部に商店街、公共施設、病院等が高密度で集積するコンパクトシティの様相を呈している。中でも四ヶ町、三ヶ町商店街は、日本一長いといわれる全長約1kmの直線アーケード「さるくシティ403」に位置し、県北地域における中心商店街の役割を果たしてきた。

しかしながら、基幹産業であった造船業の不振や大型商業施設の郊外展開等により商業環境が厳しくなる中、中心市街地の空洞化を危惧した若手経営者が中心となって、にぎわいの創出を目指した取組みを進めることとなった。

その背景には、商店街には「若者」、「馬鹿者」、「よそ者」が必要であるとの考えのもと、商業者や市民、行政との連携を進め、まちづ

くりをリードする商店街リーダーの存在が指摘できる。

事業の概要

市民参加型イベント「きらきらフェスティバル」、「きらきら大パーティ」

たとえ売上に結びつかなくても、まちは人が集まり、交流し、感動と楽しさを感じる場であるべきとの思いから、平成8年度より「きらきらフェスティバル」が実施されている。

街内に飾られる100万個のイルミネーションの購入費は市民による1口1,000円の募金で賄われている。

アーケードを開放し、1人千円の参加費で持ち込み自由という「きらきら大パーティ」には約5,000人の参加があるなど、ユニークな市民参加型のイベントが実施されている。

イベント期間中はコンサートや仮装大会など多数のイベントが開催されるほか、まちなかでの結婚式「きらきらウェディング」が実施されるなど、住民から強い支持を得ている。

YOSAKOIさせば祭り

商業者等が企画運営に参加している「YOSAKOIさせば祭り」は、市内13会場を舞台に20万人を集める規模で、地元住民をはじめ遠くは韓国からの参加者もあるなど、市内最大のイベントとして成長した。

企画運営する若手経営者達は連日、朝7時からの会議を重ねるなど、非常に精力的に関わっている。



きらきらフェスティバル

地権者を巻き込んだ空き店舗対策

商店街では、テナント賃料を適正水準に引き下げよう地権者に働きかけたこともあるなど、街内には空き店舗はほとんど見かけられない状況となっている。

事業の効果

きらきらフェスティバルにおけるイベント参加者は、平成15年度：70,600人、平成16年度：73,600人と増加しているほか、イベントの規模も年々拡大している。

住民参加型というコンセプトが市民に浸透しており、市中心部における交流人口やにぎわいの創出に貢献するとともに、まちづくりに対する住民参加意識の向上につながっていると言える。



きらきらウェディング

佐世保市内 2 商店街

所在地 : 佐世保市

会員数 : 2 商店街 167 商店
(三ヶ町商店街、四ヶ町商店街)

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL :

<http://www.yonkacho.com/>

<http://www.internet-shopping.co.jp/sunplaza/>



きらきら大パーティ

！ ここがポイント

地区内に散在する駐車場へのアクセス支援を行うことで、商店街に人を呼び込む新しいシステムを整備。



地区の中心に位置する浜市アーケード

事業実施の背景

長崎県長崎市は、元亀2（1571）年のポルトガル船入港を機に、海外との交流によって栄え、文化・産業・経済などの面で他に類をみない国際色あふれる文化都市として、国内有数の観光都市の顔を持っている。その中心市街地に位置し、県下最大の商業集積である浜町を中心とした中央地区では、市民に『浜んまち』として愛される6商店街と周囲の9商店街が集まり、長崎市中央地区商店街連合会を組織している。

長崎は坂の町と言われ、また、異国情緒に富み、独特の表情を持った道路空間となっている。長崎市中心部は平坦地ではあるものの、道路状況は、道が狭い、一方通行が多いなど難点が多い。また、最近では駐車場不足が緩和し、街全体としての駐車台数の供給量は満

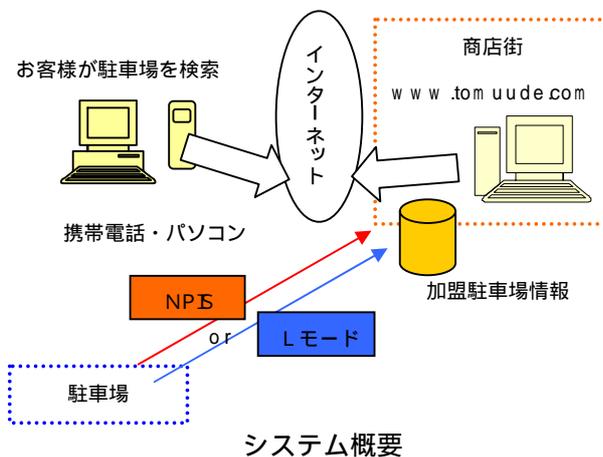
たしているものの、小規模の駐車場が散在し、一般的には「車でお買い物に行きにくいまち」というイメージが定着していた。



長崎市中央地区商店街エリアマップ

事業の概要

長崎市所有の「長崎市駐車場案内システム」（以下、N P I S）の満車・空車等の駐車場情報（以下満空情報）を長崎市から提供を受け、リアルタイムで携帯電話やパソコンでユーザーに提供している。平成18年度には、加盟駐



車場のうち、このN P I Sに対応している22箇所以外の駐車場に対しても、新たな方法としてLモード端末で情報を取り込むこととしている。



広報チラシ

事業の効果

商店街と駐車場とはこれまでお買い物駐車券の発行で連携を取っていたが、さらに本事業により商店街との連携のメリットを生み出し、加盟駐車場を増やしまちの機能を向上させることで、来街者へのサービスアップにもつながるものと見込まれる。

平成17年12月1日稼動後アクセス数実績

平成17年12月：7,612件
 平成18年 1月：5,738件
 2月：5,553件

事業の課題

「車でお買い物に行きやすいまち」というイメージを作り、地区全体で来街者のアクセス支援を行おうという目的であるが、本事業のみで来街者増を見込めるものではない。今後、地区内の各商店街のイベントやHP等と連携し、事業を打ち出していくことが大切となってくる。

長崎市中央地区商店街

所在地：長崎市

会員数：15 商店街 929 商店

(浜市商店連合会、長崎浜市観光通商店街、長崎浜市電車通商店街、長崎万屋通り商店街、長崎鍛冶市商店街、油屋町商店会、長崎市中通り商店街、長崎市築町商店街、広馬場商店街、思案橋ガス灯通り商店街、思案橋市会、銅座町商店街、西浜通り商店街、長崎新地中華街商店街、新地湊市商店街)

商店街の種類：広域型商店街、地域型商店街

URL：http://www.tomu-de.com/



『とむ〜で』とは？

「どこの駐車場にとむ〜か?」、「ここにとむ〜で!」長崎の方言で(車を)「停めようよ」を「とむ〜で」と言うことから、市民に親しみやすく、システムの内容をずばり表現しているとして決定された。

！ ここがポイント

郊外型大型SCには真似できない独自の都市文化を根付かせることを目指し、ストリートパフォーマンスによる魅力づくり。

事業実施の背景

平成13年から平成15年にかけて、大型店の倒産や撤退が相次ぎ、熊本市の商業界は、大きな転換期を迎えた。

その一方で、平成14年に、熊本市中心市街地には2つの再開発ビルが誕生し、熊本市現代美術館も新たな熊本市中心市街地の顔としてオープンした。

このような状況の中、「熊本市の中心市街地のために、商店街の通りを活用して何かできないか？」と商店街の青年部を中心に企画されたのがストリート・アート・プレックスで、熊本市現代美術館のオープンを記念して、熊本TMO（熊本商工会議所）の事業で取り上げたのが始まりだった。

街角に、いつも音楽やアート・パフォーマンスがある状態。それを都市の文化として根付かせていきたいというコンセプトは、商店街組織の枠を超えた、青年部の人たちとその同世代の仲間たちによって作られた。

事業の概要

お祭のような一過性のイベントではない「継続的な仕組みづくり」に重点を置いて、年間になるべく数多くアートパフォーマンスを開催することを目指している。クラシックから前衛的な表現者まで、幅広いアーティストに活躍の場を提供し、運営している。

ストリート・アート・プレックス

ストリート・アート・プレックスの集大成としてのイベント。音楽・舞踏・絵画・書家等による多様なパフォーマンスを中心市街地で一体的に展開。毎年10月に開催しており、平成17年は10月15日に開催。

ストリート・アート・プレックス JAZZ OPEN

熊本市内外のジャズ演奏家による夏のストリートライブ。平成17年は、8月6日に開催。

ストリート・アート・プレックス 大道芸
大道芸人によるストリートパフォーマンス。毎年3月に開催。

ストリート・アート・プレックス KIDS ON THE CORNER

子供たちによるストリートパフォーマンス。平成18年3月より開始。



Great Composer Memorial

ストリート・アートプレックス熊本 実行委員会

(熊本市内6商店街)

所在地 : 熊本市

会員数 : 6商店会1349商店

(上通商栄会、下通繁栄会、新市街商店街振興組合、熊本市中央繁栄会連合会、シャワー通り商店会、安政町商興会)

商店街の類型 : 広域型商店街

関連URL : <http://www.artplex.jp/>



ON THE CORNERシリーズ

中心市街地のオープンスペースでのジャズ・ボサノバなどのコンサート。月1回程度(不定期)のペースで開催。

Great Composer Memorialシリーズ

バッハ、ショパン、ベートーベンなどのクラシック作曲家やボブ・マーリー、ジョン・レノンなどミュージシャンの命日にあわせて、熊本在住のアーティストによるコンサートを行っている。

事業の効果

商店街組織の枠を超えた連携体制

これまで横のつながりに乏しかった商店街同士で連携が深まり、意志の疎通が図られるようになり、また、行政・商工会議所も事業運営の役割を担うことで、官民一体となった連携体制が確立された。

市民から支持される声(反響)

商店街の通りや公共スペース等オープンパブリックな場所で開催することで、市民が日常の中で芸術に触れる機会を演出している。また、市民への出演公募や子どもたちが出演するイベントも展開しており、回を重ねるごとに市民からの支持が増えている。

事業の課題

自主財源の確保

熊本市の補助期間には限度があるため、事業の継続には、「運営財源の確保」が最大の課題となる。今後は、自主興行の実施などにより、収入の確保を検討する必要がある。

広報活動の強化

認知度を高めるための有効な広報活動の展開が必要。今後は、特に、九州新幹線の全線開通を見据え、県外へも積極的な広報を行う必要がある。

！ ここがポイント

商店街の「線」、大型店の「点」を結び、「面」(商店街と大型店の連携のとれたエリア)への展開、Do まんなかモール全体で賑わいを創出。

事業実施の背景

本市は、宮崎県の県都であり、南九州における政治・経済・文化の中心的役割が期待される人口約37万人、面積596.80km²の中核都市である。宮崎市の中心市街地は、宮崎県の中心市街地でもあり、県の中心・中核都市として都市機能や風格等を備えたまちであることが望まれており、「いろいろな人が様々な目的(=夢)をもって中心市街地を訪れ、思い思いの時間を過ごすことができる(=育む)みんなにとって必要不可欠な場所として在り続ける(=夢を育むみんなの街)」を基本コンセプトにしている。

しかしながら、宮崎市中心市街地を取り巻く環境は、平成9年から平成14年の間に人口が約12%増加しつつも、宮崎市全体の小売業販売額が8.7%(商業統計)減少したのに対し、中心市街地のメインストリートである橘通り3丁目東側で22.1%、西側で28.3%の減少となっており、商業機能の郊外分散化の影響を受けている。

また、ファッションの中心である若草通りアーケードの空き店舗率が、平成15年9月の5%から平成17年3月には14.4%に悪化するなど、空き店舗の増加はさらに進み、中心市街地活性化区域内の通行量も平成10年度より減少傾向が続き、平成16年度は休日・平日合計で167,171人、さらに17年度は郊外型大型店の出店が行われ、152,331人で平成10年度と比較し、約34%の減少となっており深刻な状況となっている。

そこで、この状況を打破するために平成17年4月に宮崎市の中心市街地を維持、再生、

発展させるために周辺の6商店街、5大型店を中心としたエリアを一つのショッピングモールと見立て「Do まんなかモール」と名づけ、各商店街、大型店が団結し、お客様の利便性を高め、快適な空間を生み出すために、共同の販促イベント事業を実施することでの中心市街地の活性化を目指してきた。

事業の概要

Do まんなかモールでは、各商店街、大型店の代表者からなる「Do まんなかモール委員会」、さらには外部の学識経験者、行政関係者、市民団体関係者からの助言、協力を得るための「Do まんなかモール協議会」が発足した。

そのような中、月1回開催される委員会では各商店街・大型店の情報交換やイベントの予定、反省、今後の取組みなどが協議され、実際のイベント実施に関わる委員会内の販促部では、毎週月曜日の午前8時から早朝ミーティングを行い、情報の共有化の徹底を図っている。

具体的には、「いつでも楽しい中心市街地」「何かしら面白いことをやっている中心市街地」といった地域密着型のコミュニティ創設を目指し、「ファッションショー」「サンデーマーケット」「ダンスショー」「まちかどコンサート」など市民参加による多彩なイベントを日常的に導入するための運営システム事業を行ってきた。

また、同時に「まちづくり部会」を中心に花の植栽・管理や「9時までナイト」と銘打った営業時間延長などにも取り組んでいる。

■ 事業の効果

商店街、大型店の垣根を越えた共同イベント事業(平成17年度は84イベント、23,550人の

宮崎市内 6 商店街

所在地 : 宮崎市
 会員数 : 6 商店街 311 商店
 (橋通中央商店街、若草通商店街、一番街商店街、
 橋三番街商店街、ハイカラ通り商店街、
 四季通り商店街振興会)
 商店街の種類 : 地域型商店街
 関連URL : <http://www.m-town.info/>

集客「3月24日現在」の実施や月一度の委員会、毎週の早朝ミーティングなどにおける活発な議論を通じて、中心市街地の現状への危機感や今後の望むべき「まちの姿」に対する意識の統一が進んでいる。

また、同時に若手が中心となったイベントでは商店主、従業員をはじめ各店の顧客同士にも交流が図られるなど、「Do まんなか」から幅広いつながりができつつある。

さらには、タウン誌、コミュニティFM などにもイベント企画への参画が得られ連携ができています。

事業の課題

既存の壁にとらわれない共同制作のイベント実施や意識の統一は進んでいるが、現実には、準備不足による告知の遅れやスケジュール管理漏れ等があり、改善を図る必要がある。

また、イベントによる集客をいかにして店（売上）へつなげるのか、各店の魅力や独自性の向上も急務であることから、情報提供事業（ブログ作成）や接客ノウハウの合同研修会などを企画している。



(まちなかファッションショー)



(まちなか音楽祭)

Doまんなかエリア地図



！ ここがポイント

来街者のアメニティ向上に資する道路空間の多面的な活用と、魅力ある歩行空間創出への取り組みの有効性の検証。



事業実施の背景

鹿児島市の天文館地区商店街は、古くから「天文館」の名で親しまれ、南九州随一の商業・飲食・娯楽施設を擁する広域型商店街として、今日まで確固たる地位を築いてきた。しかし、周辺市町の商業基盤の充実や消費者のニーズの高度化・多様化等により、その優位性は揺らぎ、中心市街地としての求心力にかげりが見え始めている。

そのような変化の中で、平成16年3月に九州新幹線が部分開業し、同年9月には「西鹿児島駅」から改称された「鹿児島中央駅」の駅ビル“アミュプラザ鹿児島”がオープン、さらに、平成17年4月には、海の玄関口であるウォーターフロントの一街区に鹿児島の味を中心にした飲食街や特産品を販売する大型商業施設“ドルフィンポート”が開業し、県内外から多くの人々が訪れ、それに伴い天文館地区にも新たな人の流れが生まれつつある。

このように、天文館地区をとりまく商業環境が大きく変貌している中、今後は平成23年の九州新幹線全線開業を見据え、上位都市との都市間競争がますます激しさを増すことが

予想される。

そのため、「天文館地区が一つになった街づくり」、「鹿児島らしさを追求した街づくり」、「来街者にやさしい街づくり」など、単に物を買求める場から情報、生活文化、アメニティといった付加価値を享受する場へと、高次都市機能の付加充実が求められている。

(アメニティ空間づくりへの取り組み)

天文館地区は、アーケードの整備により、連続した広域的なショッピングモールとして多彩な顔を持っている。そのアーケードと道路等既存施設を有効活用し、来街者が歩いて楽しいハイアメニティな道路空間づくりや街区連携を図り、さらには、個店と道路空間が一体となった“新たなにぎわい空間”を創出するため、平成16年から2カ年にわたりアメニティ空間づくり事業を実施した。

事業の概要

平成16年は下記～の事業を実施し、平成17年は下記～の事業に加え、子育て交流事業及び商店街サポーター育成事業といったNPO団体や地域住民等との連携による商店街活動の新たな可能性に着目した取り組みを企画し、10月22日～11月20日の1カ月間にわたり実施した。

かごしまの観光PR事業
オープンカフェ
イベント
ワゴンセール・貸しスペース事業
花と緑いっぱい事業
街なか案内・道路清掃パトロール
子育て交流事業
商店街サポーター育成事業

事業の効果

オープンカフェは、土日を中心に来街者に休憩スペースとして活用され、滞在時間の延長につながるるとともに、従来少なかった通り客とのコミュニケーションも増え、吊り看板、フラッグ、照明などによる通りの装飾は、幻想的な雰囲気 연출し、集客に貢献した。また、毎週末を中心に常に何らかのイベントを開催することで来街者の期待感が高まり、にぎわい創出も促進された。

1カ月間様々なソフト事業による情報発信を続けたことで、「元気な中心市街地」を市民に広くアピールできている。

そのほか、街路空間やアーケード内のアメニティを向上させるために、花と緑を使った春の「華・花フェスタ」や秋の「天文館フラワーフェスタ」、さらには「天文館夢フェスタ」を開催するなど、一年を通じた共同イベント等も来街者の好評を得ている。

その他の事業も含め、2年続いたの事業の継続実施により、来街者や商店主からみた取組みに対する評価が高く、官民協働（行政・TMO・商店街等）での実施も円滑に事業を進める上で効果的であった。また、複数の商店街での取組みは高い相乗効果があり、面的なにぎわいづくりを行う上で非常に有効であった。



事業の課題

今後、自己財源で恒常的に実施していくにあたって、事業結果を踏まえた収益創出の仕組みづくりが急がれるが、自主運営で継続するには道路の使用形態に一定の“秩序”が不可欠であり、商店街、出店者、関係機関、来街者の十分な理解と合意を得られる運用ルールを作成する必要がある。

中央地区商店街

所在地 : 鹿児島市

会員数 : 11商店街 583会員

(いづろ商店街、天神おつきや商店街、天文館にぎわい通商店街、中町ベルク商店街、天文館はいから通商店街、天文館本通商店街、中町コア・モール商店街、照国表参道商店街、納屋通り商店街、天文館一丁目商店街、金生通り商店街)

商店街の類型 : 広域型商店街

関連URL : <http://www.or.tenmonkan.com/>



商店街にトランジットモールを導入

商店街等活性化事業の事例

沖縄県那覇市 那覇市国際通り4商店街

！ ここがポイント

歩行者に配慮して、一般の車両を規制し、公共交通機関だけが通行できるトランジットモールを導入し、人に優しいまち、歩いて楽しいまちの実現へ。



平成16年度 試行実施の様子

事業実施の背景

沖縄の県都那覇市のメインストリートとして商業の発展に貢献してきた国際通りは、およそ1.6kmの2車線の道路で、行政機関、金融機関、民間企業などが立地する業務集積地に隣接し、通りには多くの商店が軒を連ね、百貨店、飲食店、雑貨店等の生活関連商業施設はもとより、ホテル、土産品店など観光客を対象とした商業施設も多数存在しており、「沖縄の顔」として重要な役割を果たしている。

しかしながら、近年、モータリゼーションの進展による深刻な交通渋滞と環境悪化、郊外大型店の進出、新都心地域の開発などにより、国際通りは中心市街地としての求心力を失いつつある。

このような現状を改善して、開放された道路空間の活用による商店街の活性化や高齢者・障害者にやさしいまちづくりを目指して商店街が取り組んでいるのが「トランジットモール」の導入である。

事業の概要

トランジットモールとは、歩行者に配慮して、一般の車両を規制し、公共交通機関だけが通行できるようにした商店街という意味である。

これまでの取り組みについては、那覇市を中心に関係機関の支援を受け、平成13年度、平成14年度、平成15年度と3回の社会実験を行い、平成16年度には、これまでの社会実験のための委員会から本格導入のための委員会に組織を再編成し、平成17年3月13日には、本格導入に向けての試行実施が行われた。

事業の内容は次のとおりである。

国際通りの交通規制（歩行者専用）

トランジットバスの運行

国際通り内の歩行者（子供、高齢者を含む交通弱者）の移動支援、モノレールを含む他の交通機関とのリンク

タクシーベイの設置

市民の足として定着しているタクシー乗降場

オープンカフェの路上での実施

ストリートパフォーマンスの実施

商店街による販売促進

商品荷捌き場の設置

事業の効果

来街者数の増加

これまでの3回の社会実験では、来街者が通常時（1万8千人）より1.4倍から最大1.9倍（3万4千人）に増加した。また、試行実施では、時おり雨が降る中で風が強く、沖縄にしてはかなり寒い日であったが、社会実験と同様に来街者の期待も高く、通常時より1.4倍（2万6千人）の来街者があった。

歩行環境の改善

沿道環境の改善

沿道大気中の二酸化窒素が通常30ppb程度あるものが、おおむね15ppb以下に低減、騒音も基準値70デシベル以上あったものが基準値以下に低減し、大幅な沿道環境の改善があった。

売上げの増加

ワゴンセール等を行った結果、売上げが増加した。

周辺幹線道路への影響等の確認

トランジットモールの実施による周辺幹線道路への影響は少なかったこと等が確認された。

事業の課題

平成18年度中に課題を整理、克服し、平成19年1月～3月の試行実施を経て、平成19年4月から本格実施（毎週日曜日の12:00～18:00）の予定である。主な課題としては次のものがあげられる。

実施運営組織の設立

コストのかからない交通規制、費用の圧縮（試行期間中に段階的实施）

交通安全要員、交通規制表示（交通規制案内、交通標識）規制広報、告知

トランジットバスの運行

バスの確保（低床、小型、環境に優しい）、ルート設定、走行上の安全管理（歩車分離車線ゾーンの明示方法警察調整）、運営体制及び費用（バス事業者への委託を含む）

オープンカフェの運営管理（賑わい空間づくり）

出店の基準と料金の設定

タクシーベいの適正位置への設置

商品荷捌き駐車場の契約、料金負担システムの構築

サポーター制度の導入

会費を支払う代わりにトランジットバスの無料乗車等のサポーター特典を設ける。

那覇市国際通り4商店街

所在地 : 那覇市

会員数 : 4商店街530商店

（国際通り県庁前商店街、国際中央通商店街、国際大通り商店街、国際蔡温橋通り商店街）

関連URL : <http://www.kokusaidorio rg>

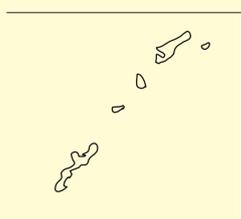
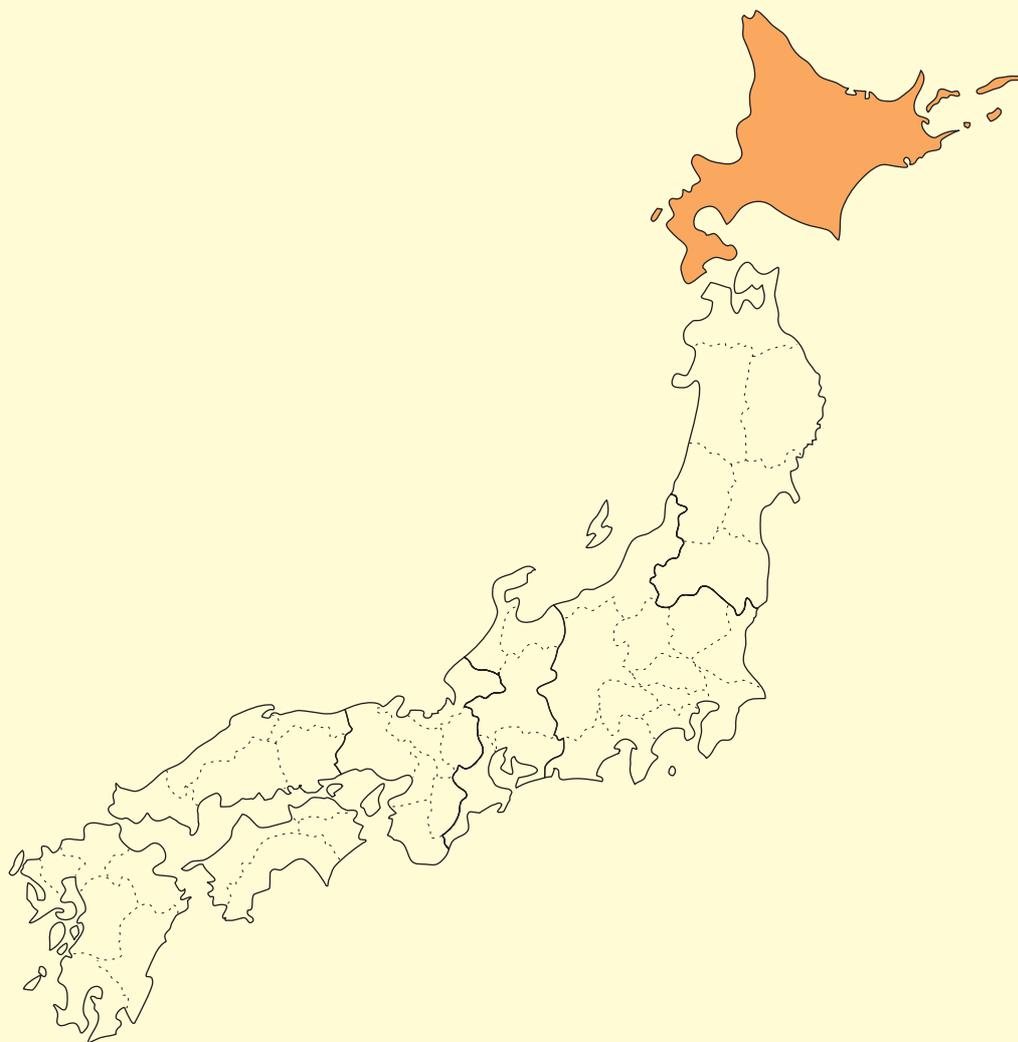


平成15年度 社会実験の様子



2 アイデア商店街

全国の商店街において、活性化に向けた独自性のあるアイデアや工夫について掲載しています。



(1)北海道

北見市内 4 商店街（北見市）・・・・・・・・・・ 84

函館西部地区バル街（函館市）・・・・・・・・・・ 86

回遊性を高める空間作りで魅力創出

商店街等活性化事業の事例

北海道北見市 北見市内4商店街

！ ここがポイント

大型空き店舗を活用したチャレンジショップ運営と各種イベント事業による賑わい創出を目指して。



事業実施の背景

北見市は、明治30年、高知県からの北光社移民団と屯田兵により開拓の礎が入れられて以来、オホーツク圏の中核都市として発展してきた。昭和31年に市政がひかれ、平成18年3月には近隣の端野町、常呂町、留辺蘂町と合併し、面積1,427 km²となり、北海道で第1位、全国でも第4位の面積を有する自治体として、産業・経済、医療、教育、文化・スポーツなど、オホーツクの拠点、商業流通の中核的役割を担っている。

昭和50年代までは、行政と商業者などが協力し、駅前再開発事業、モール化事業、商業近代化事業などに積極的に取り組んできた。

しかし、急速に発達したモータリゼーションは車依存型都市の性格をもたらし、昭和60年代に入り、郊外の国道39号沿いの三輪地区に大型商業施設の出店が相次ぎ、都市の郊外化現象が顕著となった。

こうした中、平成10年に空洞化が進む中心市街地の現状に危惧を抱く市民や商工関係者などが中心となり、北見市中心市街地活性化推進協議会を設立し、中心市街地活性化基本構想の

策定に入り、市はこの基本構想をもとに、平成12年に「北見市中心市街地活性化基本計画」を策定した。

また、同年7月に「TMO構想」が認定され、北見商工会議所がタウンマネジメント機関となり、活性化の取り組みを進めてきた。

TMOでは、中心市街地の大型空き店舗を活用したチャレンジショップの運営事業のほか、この場所を利用した文化教室やギャラリーを開催し、各種イベントや地場野菜の即売等による賑わいの創出に向けた中心市街地の活性化の取り組みを進めている。

事業の概要

「まちなかSHOW10」

大型空き店舗を活用し、市民の利便性の向上を図り、回遊性を高める空間づくりにより魅力ある中心市街地の再構築を目指すことを目的に平成14年から「まちなかSHOW10」としてオープンしている。

「まちなかSHOW10」のフロアは、約300坪で、新規創業者支援事業としての「チャレンジショップ」を柱に、品揃えや人の配置ができず、チャレンジショップに応募できない人を支援する「ワンボックスオーナー」や「ハンガーバー」のほか、コミュニティスペースで構成されている。

平成17年度のチャレンジショップは、物販6店舗、飲食2店舗の計8店舗が出店したほか、ワンボックスオーナーは手づくり製品等が好評で、ハンガーバーでは、衣類リサイクル商品の参加希望者が殺到した。

北見市内 4 商店街

北見大通商店街、北見一番街商店街、北見二番街商店街、北見銀座商店街

所在地 : 北見市

組合員数 : 212 商店

(大通32、一番64、二番64、銀座52)

商店街の類型 : 地域型商店街

コミュニティスペースでは、市民サークルの発表の場としての「街角ギャラリー」やお茶コーナー・休憩所を設置している。お茶コーナーでは、珈琲はもちろん北見在住の韓国留学生が紹介した「ゆず茶」が特に反響があった。現在は「ゆず茶」自体を販売しており、高麗人参茶、コーン茶といった韓国茶も提供し好評を得た。

また、陶芸教室や絵手紙教室、クリスマスリース教室など文化教室も開催しており、毎回たくさんの市民が参加し、地元的新鲜野菜の即売を定期的に行ったほか、オホーツク管内のハッカ製品を代表する観光土産品や元気印の商品の展示販売、高校生のアンテナショップなど、郊外体験学習の場としても利用されている。

事業の効果

チャレンジショップは、実践の場の提供と座学を組み合わせ実施しており、毎年独立開業者が輩出され中心商店街で開業し、空き店舗の減少に貢献している。

中心商店街の来店者は高齢者が多く、休憩の場、軽食を取る場所として「まちなかSHOW10」の役割は大きく、また、様々なイベントの開催により人が集まり、賑わいが創出され、商店街全体へのイメージアップに繋がっている。

事業の課題

「まちなかSHOW10」全体のディスプレイに統一したイメージ、面白さ、空間の有効活用などが課題であり、商店街とより一体となったイベントの開催やチャレンジャーの独立開業への意識づけ、心構えなど徹底した研修強化が求められる。また、高齢者対応の視点からは、「健康の湯＝足湯」コーナーや、休憩コーナーの充実が求められる。



チャレンジショップ風景



イベント風景

個性的な町並みと飲食店の既存資源を活用

！ ここがポイント

伝統ある函館の西部地区をスペインの「バル街」に見立てて「飲み」・「歩き」を徹底的に楽しもうというユニークなコンセプトを設定。

商店街等活性化事業の事例

北海道函館市

函館西部地区バル街



「2006 春のバル街」ポスター

事業実施の背景

平成16年2月16、17日に開催された「2004 スペイン料理フォーラム in HAKODATE」のイベントの一つとして、「西部地区で一晩のバル街を」と名づけた飲み歩きの催しが行われた。スペインの飲食文化を代表する「バル街」を函館の西部地区に再現し、世界的なブームになっているピンチョスをつまみにお店をハシゴして歩くという企画は、西部地区の25店の飲食店の協力で行われ、400人を超す内外の参加者により大盛況で終了した。

この「バル街」終了直後から再度の実施を希望する声が多く寄せられたため、「フォーラム」実行委員会が再度集まり、「函館西部地区バル街実行委員会」を組織し、第2回以降を単独イベントとして実施することとなった。

事業の概要

「バル街」

函館の旧市街である西部地区の個性的な町並みと飲食店という既存資源を活用し、新たなイベントを創出する。

- ・ 一冊3,000円(600円の券が5枚つづり)を前売りチケットとして販売し、参加者はこれを購入することで当該イベントへ参加する。
- ・ 参加者はチケットとともに渡されるバル街マップを基に、店を選択する。
- ・ 参加店は、チケット半券1枚で、ドリンク1杯と各店が趣向を凝らしたピンチョス(スペインのバルで出される、ひと口かふた口で食べられるおつまみのこと)を提供する。
- ・ 半券は1店で1枚限りの使用が原則であり、チケット1冊で5店のはしごをすることができる。
- ・ イベントにかかる経費はチケット収入の一部で賄い、行政等の補助金には依存しない持続可能な仕組みづくりを指向するとともに、参加者、参加店舗それぞれにメリットが生まれるシステムを構築。

事業の効果

西部地区のイメージ向上

函館の伝統をかたち作ってきたまちで、グラスをかたむける雰囲気と、それにふさわしい店が多数存在することを参加者が認識し、さらに、日常にない特別なコミュニティ空間が創出されることにより、当該地区の魅力の再発見につながった。

参加店舗の認知度の向上(高いPR効果)

当該イベントを機会とし、各店舗において趣向を凝らしたピンチョスを提供するなどの経営努力の結果、新規顧客の確保や店舗のPR、リピーターの増加などに大きな効果が得られ、参加店のメリットが実感できるイベントとなっている。

新たな観光資源の誕生

優れた企画力によるイベントそのものの魅力に加え、実行委員会の周到なパブリシティ戦略の成果により、わずか5回の実施にもかかわらず、その知名度は飛躍的に高まってきており、旅行エージェントが興味を示すなど、函館市の新たな観光資源として期待されている。

事業の課題

組織体制の整備

補助金等に頼らない事業システムの構築を指向してきたため、経済的には自立できているが、事業運営についてはボランティアのマンパワーに頼るところが大きく、組織体制の整備が必要である。

イベント回数の増加

現在、年2回（春、秋）のペースで実施しているが、回数増加や通年化への移行について要望があり、検討が必要となっている。

キャパシティの強化

平成18年4月開催の第5回には、50店が参加し、2,000人以上が参加（第1回は25店、400人）するまでに成長した。一方、店舗数に対し来店者数が多くなってきた（1店平均来客数200人超）ため、各店舗の対応能力が限界となってきており、魅力的な店舗の発掘や、イベント時間の延長、あるいは開催日の複数設定などの検討が必要となっている（第5回では初の日曜日開催、午後2時から実施するなど改善に向けた取り組みは既に一部実施）。



バル街当日

函館西部地区バル街

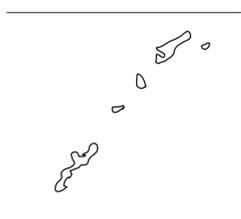
所在地 : 函館市
参加店数 : 50店（第5回参加店）
商店街の類型 : 広域型商業集積
関連URL : <http://www.ehako.com/bar-gai/>



「2006 春のバル街」マップ



当日は路上ライブも行われる



(2)東 北

八戸屋台村「みろく横丁」(青森県八戸市)・	90
(株)黒船(岩手県奥州市)・	92
花輪新町商店街(秋田県鹿角市)・	94
中通り商店街(山形県酒田市)・	96
新庄南北本町商店街等(山形県新庄市)・	98
昭和縁結び通り商店街(山形県高畠町)・	100
<small>あらまち</small> 桐町通り商店会(山形県米沢市)・	102
七日町通りまちなみ協議会・アネッサクラブ (福島県会津若松市)・	104
郡山市中央商店街(福島県郡山市)・	106

！ ここがポイント

若手起業家育成のチャレンジショップ的要素を持つとともに、日本初のリサイクルシステムを取り入れた地域循環型屋台村として地域活性化に貢献。



みろく横丁風景

事業実施の背景

八戸市は、青森県の南東部に位置する人口約25万人の都市である。市の中心市街地は古くから八戸藩の城下町として、行政や金融、商業等の様々な機能の集積により、長年にわたり多くの市民が集うコミュニティの拠点であると同時に「八戸の顔」として発展してきた。

しかし、近年のモータリゼーションの進展、消費者ニーズの多様化、大型商業施設の郊外進出や公共施設の移転などを背景に中心市街地の空洞化と商業機能の低下がみられ、その活力が失われつつある。

市では、平成12年3月に中心市街地活性化基本計画を策定し、商工会議所や事業者等と連携しながら中心市街地活性化に向けた対策を講じてきたが、同時に、民間の動きも活発で、平成14年12月の東北新幹線八戸駅開業に合わせ、新幹線実行委員会の関係者により設立された「(有)北のグルメ都市」によって八戸屋台村「みろく横丁」が開設された。

八戸屋台村「みろく横丁」は、中心市街地に位置する三日町と六日町を貫き、歩行者専

用通路を作ったことからその名がつけられた。厳しい審査を勝ち抜いた25店舗が軒を連ね、全国に誇る八戸の食材を用いた郷土料理を提供し、市民や観光客で連日賑わいをみせており、首都圏から訪れる観光客を呼び込む目玉として、中心市街地活性化に大きく貢献している。

また、発生する生ゴミを肥料にリサイクルするなど日本初のリサイクルシステムを構築し環境への配慮に取り組むとともに、各出店者が屋台村出店の一つのステップとして、中心市街地の空き店舗等への出店も期待されるなど、空き店舗対策やチャレンジショップ的意味合いも兼ねるなど、様々な要素を持ち合わせ、地域活性化につながっている。

事業の概要

日本初の環境対応型屋台村

各屋台は全てリサイクル資材を利用し、路面には廃タイヤチップを混ぜた資材を活用。また、割り箸を回収してコピー用紙に再生するとともに、各店舗から発生する生ゴミをリサイクルし、肥料として農家に提供するなど日本初のリサイクルシステム構築によるゼロエミッションの実現によって、日本初の環境対応型屋台村として環境配慮に重点的に取り組んでいる。

若手起業家の育成

若手起業家が屋台村へ出店し、実際に営業しながら経営のノウハウや技術力の向上などといった経験を得ることで、若手起業家の育成が図られると同時に、出店期間を3年間とすることでチャレンジショップ的要素や中心市街地空き店舗対策へもつながっている。

地元食材の提供と郷土料理のPR

地元八戸の食材を用いた郷土料理等を市民や観光客へ提供し、八戸の郷土料理のPRを図るととも

に、スローフードの考え方をコンセプトとし、人と人とのコミュニケーションの原点である屋台の良さを十分に発揮することで賑わい創出につなげている。

屋台村役場の設置

屋台村内に屋台村役場を設置し、観光パンフレットや飲食店情報誌等を掲示するなど、情報発信基地的要素を持たせることで、観光客等来訪者へ市内観光地・イベント・飲食店情報のPRが図られている。

事業の効果

中心市街地への集客力向上

地元郷土料理を初めとしたバラエティーに富んだ料理の提供により、営業開始から3年間で百万人を突破する等、多くの市民及び首都圏を初めとする観光客が訪れ、中心市街地の賑わい創出につながっている。

環境配慮への意識啓発

屋台村では、割り箸をコピー用紙に再生したり、生ゴミを肥料へリサイクル利用するなどゼロエミッションに取り組んでおり、それらのリサイクル量を掲示板に掲示することで、屋台村出店者及び来訪者の環境配慮への意識啓発を図っている。

起業家の創出

3年間を一つのサイクルとして、起業家出店の場を提供することで、経営ノウハウや技術力を実際に営業しながら向上させることができ、自主開業へつなげることで、地域活性化を図っている。

第1期は平成18年3月31日までで、実際に自主開業に至った店舗は10件。4月18日には、みろく横丁全体をリニューアルオープンした。

事業の課題・反省点

当屋台村は、市民を初め多くの観光客が訪れる場所となっているが、中心市街地の他の街区への波及効果が十分であるとは言い難い。八戸市では、みろく横丁を初めとして中心市街地に幾つかの横丁が存在するが、各横丁の連携強化と来街者の回遊性向上により中心市街地の賑わいを取り戻すことを目的とした「八戸横丁連合協議会」が設立された。今後は、他の横丁と連携を取りながら、その効果を中心市街地全体へ波及させていく取り組みが求められる。

八戸屋台村「みろく横丁」

所在地 : 青森県八戸市
 事業主体 : 有限会社 北のグルメ都市
 関連URL : 八戸屋台村「みろく横丁」
<http://www.36yokocho.com>

みろく横丁風景



エコ掲示板



屋台村役場



！ ここがポイント

蔵を活かした「黒船百年計画」、民間主導によるガイドラインに基づく街づくりの推進により、全国で唯一無二を目指した街づくり。



蔵町モールの様子

事業実施の背景

岩手県奥州市江刺区「^{いわやどう}岩谷堂」地区は、商人の街として、また旧江刺市の中心市街地として長く栄え、その機能を十分に発揮してきた。その名残として100棟を超える「蔵」が市街地に存在している。

しかし、都市計画事業により市街地の再構築を図っていくなかで、歴史的に貴重な財産である「蔵」が取り壊されていき、また、平成5年にテーマパーク「歴史公園えさし藤原の郷」がオープンし、年間約20万人の観光客が訪れるようになったものの、多くは中心商店街を通らず、商店街の低迷が続いた。

そのような状況を打開するべく、江刺の現状を憂える若手経営者11名が中心となって、街づくり会社「(株)黒船」を立ち上げた。

(株)黒船では、江刺の財産として数多く残る蔵に着目し、この歴史的建造物を後世に残し、活用し、人を呼び込みたいと考え、街づくりガイドライン「黒船百年計画」を提案し、数多く残る「蔵」を活かそうと考えていた市内商店街を覚醒させ、街の再生に向けて本格的な取り組みが始まった。

事業の概要

蔵を活用した街づくりの推進

ガイドラインを元に、蔵を活かした街づくりを先導的に推進している。

取り組みの中で、街づくりの核となっているのがガラス製品販売とガラス工房からなる「黒壁ガラス館」である。平成10年4月に滋賀県長浜市の(株)黒壁が出店し、平成14年4月から(株)黒船が直営している。

当施設を中心に、民間でも蔵を活用した店舗が次々と開設され、蔵の町並み形成が進められている。

なお、この動きと連携し、回遊性を創出する歩行環境を整備した歩行者専用道路「蔵町モール」の整備や、ステンドグラスを取り入れた街路灯整備、「音」をテーマとした街づくりの取組等、民間の動きに官も連動して街づくりを行っている。

TMOと連携したイベントの実施

蔵を活かした町並みの中心にある「蔵町モール」を舞台に、TMOとの連携により賑わいの創出のために各種ソフト事業を展開している。

- ・「蔵まち市」(年間1、2回)
周辺商店街とも連携し、蔵の町並みを散策しながら買い物が楽しめ、同時に郷土芸能やアトラクション、園芸市等が行われている。
- ・「水曜日」(毎週水曜日)
新鮮な野菜や手作り品を安価で販売している。個店の逸品運動としても位置付けられている。
- ・「おらほの祀り」(毎週日曜日)
鹿踊や神楽、剣舞、村歌舞伎等郷土芸能の公演を行い、市民から好評を得ている。

事業の効果

蔵を活かした街づくりの進展

これまでも「蔵」を活かしたいと考えていた潜在者の意識を覚醒させ、本格的な取り組みが始まることにより街にインパクトを与える事が出来た。

観光客の取り込み

蔵を活かした回遊性のある街づくりを展開することにより、年間20万人を集める藤原の郷を中心とした観光に一段と厚みが加わり、観光客の増加とともに、街なかへの観光客の取り込みも期待されている。

補助事業ではない独自事業の継続的实施

TMOを中心に関係機関と連携し、補助金に頼らないイベント事業を継続的に実施したことにより、市民にとって新しい風物詩としてイメージの定着がみられる。

新たな店舗等の創出

これまで商店街の中心部に位置しながら製造卸業のみの店舗が小売部門を設けたり、商店街で「クーポン券」発行活動が行われるなど、個々の商業活動、商店街としての活動が活発化してきている。

事業の課題

蔵の活用は、現在123棟（平成17年4月現在）のうち、全体の約1割程度にとどまっている。補修改修費用は坪100万円から200万円かかり、資金的な面から年間1棟程度の活用しか出来ず、所有者の高齢化も加わり今後の対応が大きな課題となっている。

また商店街の活性化事業は従来、個店、個々の商店街により実施されてきたが、それぞれの個性を活かしながらも、中心商店街全体を見据え、ビジョンを共有して、着実なアクションを起こしていかなければならない。

そのためには、中心市街地をひとつのテーマパークとして捉え、歩いて楽しく、面白い、気持ちが良い、生活してみたい街並みに生まれ変わらせる必要がある。

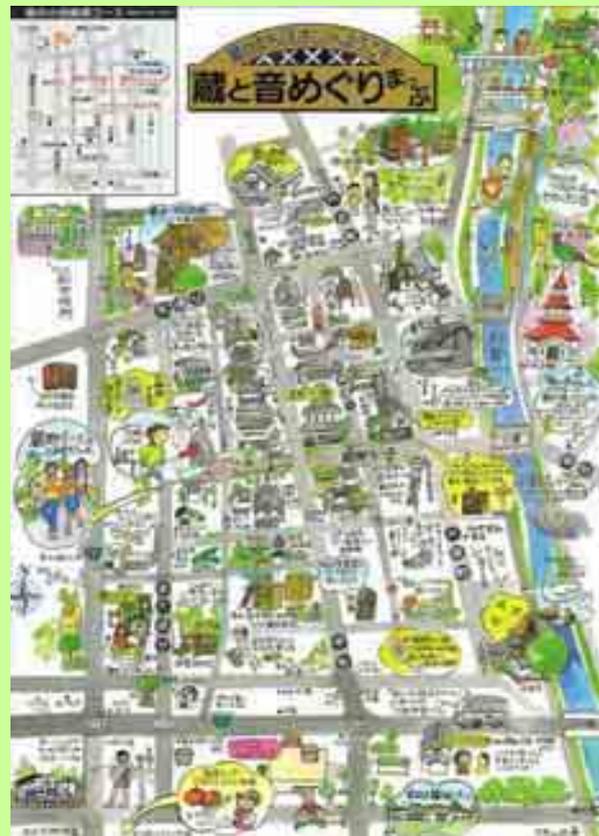
江刺区の持っている歴史や文化資源を大事にしながら、他都市に真似のできない、特徴のある街づくりを進めることが重要である。

(株)黒船

所在地 : 奥州市
 資本金 : 9,910万円（平成18年4月現在）
 会社の類型 : 100%民間のまちづくり会社
 関連URL
 (株)黒船 <http://www.macne.jp/~kurofune/>
 江刺商工会議所
<http://www.pupwawainetne.jp/~ecc/>



黒壁ガラス館



高齢者への癒しのカードとお店のサービス

商店街等活性化事業の事例

秋田県鹿角市 花輪新町商店街

！ ここがポイント

地域の幅広い世代に商品や情報、文化を提供する「お買い物」として地域社会の核へ。



発券キャンペーンイベントの様子

事業実施の背景

鹿角市は秋田県の北東端にあり、北奥羽三県のほぼ中央に位置する人口約3万9千人（平成14年）の都市である。

市の南部には八幡平、北部には十和田湖の国立公園と接し、市内を流れる清流も多いなど自然環境に恵まれていることから、「青垣をめぐらす鹿角」と言われている。

市域は、東西に20.1km、南北に52.3kmに達し、総面積707.34km²の広さを有し、その8割を林野が占めている。

主要産業は、農業と鉱業という時代が長く続いたが、社会経済情勢の変化とともに第3次産業の占める割合が高くなりつつある。

鹿角市の中心市街地ではいくつかの商店街が連なり、この地域の生活を支える役割を果たしてきた。「キララ新町」という愛称の花輪新町商店街も地域密着の商店街の一つである。

しかし、近年では全国的に依然厳しい経済状況、少子高齢化、モータリゼーションの進展等の諸問題が商店街活動にも影響を及ぼしている。

特に、鹿角市では急速な高齢化が進んでおり、商店街も早急に何らかの手を打たなければならない状況にある。

当商店街では、商店街としてどのような活動ができるのか、ということに着目し、高齢者に優しいまちづくりを推進するため、今後の商店街はただ商品やサービスを提供するだけでなく、地域社会の核としての公共的な役割を持つことが必要であると考えた。つまり、商店街は「売り場」としての商店街から、地域内の幅広い世代に商品や情報文化を提供する「お買い物」としての広場に変身することを目的として、特に高齢者問題に重点を置く事業を実施することに至った。

事業の概要

(1) 高齢者優待カード（すこやか会員証）の発行事業、会員拡大イベントの実施

60歳（発行当初は65歳）以上の方に対して会員証を発行。また、会員拡大イベントを実施した。

すこやか会員証について

1) すこやか会員概要

60歳以上の高齢者に入会資格があり、特典として花輪新町商店街、他商店街の各参加店でのオリジナルサービスを受けることができる。

2) すこやか会員証の工夫

会員証には天然トルマリンパウダーが配合されており、持っているとそのマイナスイオン効果で心身ともに癒される効果を持っている。また、会員証の裏には「ライフカード」として会員の生年月日、緊急時の連絡先、かかりつけの病院、保険証番号などが記載されており、外出中万が一の場合に対応できるようになっている。

3) 加入者数と参加店数

加入者数 282人 参加店数 54店

(2) 高齢者、来街者との交流拠点の設置

街区内の空き地を利用し、簡易休憩所及び商店街のアーケード下にイス、テーブルの設置を行った。

(3) 事業推進委員会の設置

専門家、高齢者、消費者、商店街代表者等をメンバーとする委員会を設置し、高齢者に優しいまちづくりのための検討を行った。

(4) 先進地視察

シルバーカード発行に関して、先進地を視察し、当事業の実施に当たっての参考とした。

事業の効果

シルバーカードを発行するにあたり、近隣商店街にもサービス店への参加協力を呼びかけたところ、約20店の協力が得られた。

当事業を通して、実際に高齢者と接する機会があり、高齢者のニーズや高齢者社会に対応するまちづくりの課題を見いだすことができた。

会員証の内容、利用について高齢者の方に理解をしていただくのは困難であった。

今後は、当事業から得られた課題について、専門家に調査・分析を依頼し、さらに検討、改善が必要である。

事業の課題

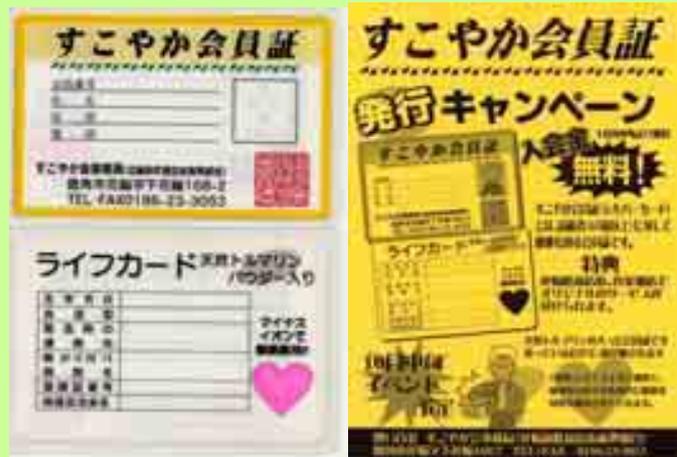
当初予定では、500人くらいの会員獲得を目指していたが、300人弱にとどまった。マスコミを使ったPRの不足、老人会等への働きかけの問題、参加サービス店のPR不足が響いた。また、高齢者の方に会員証のメリットや内容、参加店のサービスについて理解してもらうことが大きな課題である。

花輪新町商店街

所在地 : 秋田県鹿角市

会員数 : 40 商店

商店街の類型 : 地域型商店街



すこやか会員証およびキャンペーンチラシ



発券キャンペーンイベントの様子

！ ここがポイント

商店街が定めた理念をもとに、コミュニティビジネス・地域性・地域文化・社会性・公益性を柱とする事業を展開し、商店街のにぎわい回復。

事業実施の背景

中通り商店街は、商業都市酒田の中心商店街として活動し、近隣や消費者への生活文化の提供と情報発信等、地域消費者へ大きな役割を果たしてきた。昭和51年の酒田大火により中心商店街の90%を焼失し復興に立ち上がり今日に至るも、ドーナツ化現象などの環境の変化により中心地の居住人口減少と商店数の減少が見られる。

平成16年に「17(いーな)なかまち活性化委員会」を設立、商店街の問題点の究明と研修を重ね方向を模索し研鑽を積んでいる。また、イベントや販促活動を手がける事業委員会も設立し、どうすればお客様に満足していただけるかを目標に活動している。商店街にしかできないサービス・活動をどのように進めていくべきか常に研究するとともに、商店街事業の行動基本とする理念を策定し、この理念のもとに具体的に事業を実施している。

・中通り商店街理念

1. 中通り商店街は、お客様のために、お客様とともに生きる。
2. 中通り商店街は、社会に広く奉仕する心を持つ。
3. 中通り商店街は、明るく、楽しく、互いに助け喜ぶ。
4. 中通り商店街は、酒田の伝統ある生活文化を継承していく。
5. 中通り商店街は、商店街の模範となることを精神とする。

事業の概要

酒田TMOが運営する「さかた街なかキャンパス」で開催するイベントでの学生等との共同事業

- ・東北公益文科大生との「だがしや学校」の開催。
- ・高校茶道部によるお客様とお茶会。

選挙セール事業

- ・選挙の投票率向上の支援とともに、商店街への来街者増加を目的とするもの。
- ・投票済証を提示することにより、特価商品の購入や各種割引のサービスなど、特典を提供する。
- ・合併により広域化した地域への共催の呼びかけ。

大根市・飛島まつり事業

- ・地産地消の推進と伝統の継承を図るもの。
- ・農業・漁業(産直)と商業(商店街)とのコラボレーションと、新たな販路拡大と人的交流によるコミュニティづくり。

方言での接客事業

- ・地域文化の見直しと継承を目的とするもの。
- ・一般参加型の酒田方言講習会の開催。
- ・酒田に伝わる方言を染め抜いた「方言のれん」を作り、商店街に設置する。
- ・方言での接客によって、温かみと懐かしさを感じることのできる商店街づくりを目指す。

花の絵コンクール

- ・花鉢を保育園、幼稚園に寄贈し、園児が育てた花の絵を描いてもらい、各商店の店頭飾り、園児の努力をたたえる情操教育を推進。

ひな街道への参加協力

- ・過半数の商店が雛人形展示に参加協力。
- ・各種ひなまつりイベントの実施。

商店街活性化の研究

- ・街づくりの方向性、各店の営業活性化、経営管理、空店舗対策、異業種交流、新業態導入、高齢化対応ビジネス等の研究とこれらの短期・中期・長期事業計画の策定。

事業の効果

商店街への来街者の増加

「さかた街なかキャンパス」は、中通り商店街区域内の空き店舗を利用して設置され、年間入場者が1万人を超えるなど、来街者増加に大きな役割を果たしている。この施設で商店街独自のイベントを開催、更に学生との共同事業により、若年層の来街による新たなにぎわいを創出した。

商店街全体のイメージアップ

他に無い新しい発想の事業を手がける事によりTV・新聞、コミュニティ誌などのマスメディアに報道され、「中通り商店街は常に何かやってる。」というイメージが徐々に定着しつつある。

新たな人的交流による商店街の活性化

東北公益文科大学生、産業技術短大生、地元高校生や農家の方々といった、今までは商店街との交流が少なかった人々との共同事業により、新たなコミュニケーションが生まれた。

組合員の商店街づくりへの意識高揚

イベントの企画・立案、実施などを通して、組合員の理解と協力体制が深まった。研修視察や講演会への参加など、商店街づくりに対する組合員の意識向上が図られた。

事業の課題

事業経費の確保

事業継続のうえで必要経費の確保が最も重要な課題となっている。

参加個店の拡大

組合員の意思統一を図り、イベントの協力体制や商店街づくりの意識を更に高揚する必要がある。

広報・PR活動の強化

更なる広域的な広報活動のため、期間、方法等について検討する必要がある。

他商店街との連携

隣接する商店街との連携を検討し、相乗効果と波及効果を図ることが必要である。

その他、各事業における課題

費用対効果の検証、データによる統計化等

中通り商店街

所在地	: 酒田市
会員数	: 73名
商店街の種類	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.dewazior.jp/nakamati/



「さかた街なかキャンパス」でのひな街道イベント
(高校茶道部によるお茶会)



商店街に設置された方言(酒田弁)のれん

！ ここがポイント

「商店街の活性化は、地域住民の意識改革から」をキャッチフレーズに、アイデアから運用まで、100%住民の手によるオリジナル事業。



100円商店街開催時の光景

事業実施の背景

「商店街の活性化に特效薬はない。」とわれ続けている。未だに行政の行う活性化事業という、空き店舗に公的資金を注ぎ込んで、一時しのぎの賑わいを作り出すだけか、または単なる客寄せイベントでお茶を濁すかで、補助金が底をつけば、あとはきれいに元通りということが多く、との批判がある。しかし、こうした問題は「さらなる地価の下落・テナント料金の破壊」という特效薬の調合の仕方を誰も知らないだけだ、という思想のもと、「活性化に結びつかない使われ方をしているお金も、自分達の税金なんだ。」という若者達のNPOグループ「NPO-AMP」が考案したのが全国初となる「新庄100円商店街。」である。

現在では各個店とも順調に新規顧客を確保しており、県内外からの視察団体も後を絶たない状況となっている。

事業の概要

商店街全体を一店の100円ショップに見立て、全ての店の店頭には100円コーナーを設置。会計は店内のレジで行う為、買い物客は気がつかないうちに店内に誘導される形で足を踏み入れ、今まで入ったこともない店内の様子を知ること。各個店では専門店だからこそこできる在庫処分も可能となり、100円ショップでは陳列不可能なレベルの掘り出し物が軒を連ねる。

事業の特徴と効果

イベントと個店の商売が直結

今までのイベントでは商店街の一点にしか集客することができず（例：福引きなど）、客を個店に引き込めるかどうかは、全て個店の営業努力にかかっていた。しかし、100円商店街の場合、客は無意識のうちに店内にまで足を踏み入れるシステムになっている。商店街全体というより全ての店が会場と言える事業であり、回遊性も非常に高い。

歩行者天国にしないメリット

歩行者天国だと、せっかく集まった客が道路の中央に固まってしまう、個店との間になんかの空間が生じてしまう。歩行者天国にしないことで、客と個店の間の距離を縮め、さらに狭い範囲に集客することであえて人混みを作り出し、集客効果を増幅させている。

R & Dセクションのフル活用 (Research (調査) & Development (進展))

今までのイベントでは、多くの費用と労力を投下すればするほど、それに比例して、結果を見ずに自己満足に走る傾向が多々あった。

新庄南北本町商店街等

新庄南北本町商店街
(新庄南本町商店街、新庄北本町商店街)

所在地 : 新庄市
 会員数 : 87 商店
 商店街の類型 : 地域型商店街

NPO グループ NPO -AMP

関連URL : <http://stk.jp/amp/>
 E-mail : npo-amp292279@brownplba.or.jp

本当の目的は何なのかを追求し、常に客と参加店の両面から意識調査を行い、結果を次回へとフィードバックするシステムを活用している。

優れた費用対効果

通常一万人以上を集客するイベントというと、必要経費は膨大な額に上る。これに対してチラシの原稿も手づくり、印刷も印刷機でスタッフが直接行う等、贅肉を徹底的に排除した結果、一回の開催当り経費を約十万円まで削減することに成功している。これにより、官公庁等からの補助金は今のところ一切使用していない。しかし、その分労力の増加は避けられず、人件費への支出を計算していない非営利組織特有の手法になっている。

集合体の力 = 組織強化へ

今までの中心商店街活性化事業というと、行政や商店街組織の一部の役員だけがアクションを起こしていて、その他の大部分が「ただ乗り」状態だった。しかし、100円商店街を開催する場合には、「商店街加盟店の90%以上の参加」を絶対条件にしているため、その結果、集客力はさらに向上し、全ての店を主催者として機能させることに成功。これにより、やってもらうという事業形態から、自ら作り出すという事業形態へ移行することになり、これから商店街の意識改革を行っていくための土壌作りになっている。

事業の課題

~いかに店の中に足を運ばせるか~

100円商店街で客を商店街に呼ぶことに成功した。今後は、いかに店の中に足を運んでもらうかを考える時期になってきていると思われる。郊外店に対抗する個店ならではの知識、ノウハウ、サービスで店の中に足を運んでもらい、店の人とコミュニケーションをとってもらうことが鍵となっている。



南北本町商店街のうち北本町商店街

(昨年開催した新庄まつり250年祭オープニングイベントの様子)

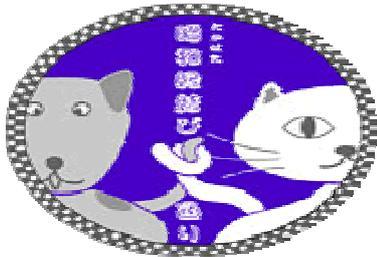


南本町商店街

『昭和ミニ資料館』を核とした昭和の街づくり

！ ここがポイント

『昭和ミニ資料館』を核とした昭和の街づくりを実施。交流人口の増加を図りながら、ロゴマークやオリジナル商品等をブランド化。



商店街ロゴマーク

事業実施の背景

高島町は、山形県の南東部に位置し、四季折々の多彩な風景が展開され、縄文草創期からの歴史が息づいている。1万年の歴史・温かい心・実り豊で豊穡な土地を持ち、「まほろばの里 高島」の愛称で親しまれ、人口は約2万6千人の町で、東京からは新幹線で2時間20分、仙台からは車で100分（距離は100km）の位置にある。

「昭和縁結び通り商店街」は、町の中心である高島地区に位置し、東西に約1kmの商店街である。

この商店街の街づくり事業は、平成4年の「べにばな国体」が契機となっており、それまでは、中央通り商店街という名称で、三つの組織（幸町中央通り・中央通り・東中央通り）が形成されていたが、この「べにばな国体」で、町中を花で飾ったことにより、商店街の雰囲気が変わり、これを継続しようという動きが、3組織を一つにし、地域住民を巻き込んだ「花とみどりの会」を形成させるに至る。

花が商店街を彩ることによって商店街の汚れた部分が目立ち、商店前の掃除が徹底されるとともに、メーカー看板が「木製看板」へと変化した。

そんな折、平成6年に、取り壊しになる映画館から、石原裕次郎・赤木圭一郎等の懐かしい

映画宣伝ポスターが約1,000枚も見つかったことにより、様々な事業を展開していくことにつながっていった。

事業の概要

「昭和ミニ資料館」

手に入った映画ポスターを活用し、平成7年に「昭和ぐらふてい」というイベントを開催した。このイベントでは、映画ポスターの展示・8ミリ映画の上映・昭和30年代の夏祭りの写真や新聞の展示などを実施した。終了後にこれらを何とか商店街活性化に活かせないかということで、有志の5店舗が店舗の中に昭和30年代の品物を飾り、「昭和ミニ資料館」が誕生した。

その後、マスコミに取り上げられることも多く、視察や観光客が訪れるようになると、「昭和ミニ資料館」は、多くの話題性と来客者の評価で知名度がアップした。

「昭和ミニ資料館」は、空店舗の活用もあるが、基本的には「展示品」を店舗の中や前面に飾ることにより、店主と来街者に「昭和」を題材とした会話が生まれ、地元の顧客も「資料館を見に来たよ」ということで、気軽に店舗へ入りできるようになった。

5館から始まった「昭和ミニ資料館」は、現在までに19館へと増えている。

ロゴマークの製作

平成16年度において、街としての魅力をさらに高め、商店街としても繁栄を図るため、全国（世界的にも珍しい文化遺産を活用したブランド化）を実行に移した。その文化遺産は、高島地区の同じ高安地域にある「犬の宮」「猫の宮」であり、犬と猫の神社が並んで建っているのは全国でも珍しいとのことである。

東北芸工科大学の教授に協力いただき、犬と猫をキャラクターにした、昭和縁結び通り商店街のロゴマーク（商標登録済み）を製作し、ワインのラベルへの使用や、各商店の取扱商品に活用を始めている。

クラシックカーレビューin 高畠

2年に1度「クラシックカーレビューin 高畠」が昭和縁結び通り商店街と周辺商店街とで開催されている。全国から貴重なクラシックカーが高畠に集結し、大変賑わっている。

事業の効果

- ・昭和ミニ資料館は、今までにない交流人口を商店街に生み出すことに成功した。
- ・ロゴマークの活用により、昭和縁結び通り商店街オリジナルの商品ができ、観光客のお土産品として好評を博している。また、地元の方々からも贈答用に活用されている。

事業の課題

平成17年からロゴマークを活用し、商品開発を行っているが、まだまだ、全会員への浸透度が低いことも事実である。様々な業種がある中で、全商店がオリジナル商品を持つことは難しいことだが、交流人口の基地となる「昭和ミニ資料館」を開設している商店は、商品開発・ラベルの製作・包装紙への活用等、ロゴマークを使用した商品作りを行っていくことが今後の課題である。



ロゴマークラベルが付いたワイン

昭和縁結び通り商店街

所在地	: 山形県 ^{ひがしあきたまぐんたかばたまち} 東置賜郡高畠町
会員数	: 39 商店
商店街の種類	: 地域型商店街（一部観光型）
関連URL	: 高畠望遠郷 http://www.takahata.or.jp/



昭和ミニ資料館（1号館）を見学する大学生
（昭和時代のカメラやラジオ等）



クラシックカーレビューで賑わう商店街

国道を歩行者天国に「ドラマチック 戎市」

！ ここがポイント

商店街の後継者グループによる生き残りをかけた路上大テント市。地域との連携により、後継者グループの組織強化を実現。



ドラマチック戎市開催時

事業実施の背景

米沢市は山形県の南に位置し、上杉氏の城下町として貴重な史跡や文化財が数多く残っている。桐町は米沢市中心市街地区域の北部に位置し、かつては門前町として市内でも一番の賑わいがあった通りである。現在は中心市街地の空洞化が深刻化し、その賑わいは過去のものとなっている。

そのような状況において、桐町通り商店会の若手メンバーで組織するプロジェクトZ隊の、『止まることを知らない中心市街地の空洞化にブレーキを！』、『昭和の賑わいを甦らせよう！』、『今、やらなければ個店も商店街もダメになる！』という、切羽詰った、しかし熱い思いが商店街や地域住民・県・市・県警までをも動かし、東日本初となる国道を定期的に止めて歩行者天国にした大テント市を実現させた。

事業の概要

- 商店街に面した国道を利用したテント市事業
- ・事業の企画からテント市出店者の募集、地域住民や警察への説明・交渉、タクシー協会やトラック協会・バス会社などとの交渉も含め、地域の小学校や幼稚園・子ども会からも協力を取り付け、国道250mにおよそ100張りのテントを配した大テント市を年7回実施。
 - ・手作りのアクセサリをはじめ趣味の工芸品、路上足裏マッサージや小学生対象の工作教室、米沢牛串焼き・路上カフェなどの飲食テントと出店者は多種多様。
 - ・幼稚園や小学生の鼓笛パレードや本格的なサンバダンサーによるサンバパレード、様々な大道芸人によるパフォーマンス、バンド路上ライブや駐車場にリングを設置してアマチュアプロレスなどの集客イベントを実施。
- 商店街の景観高揚を目指したウコギ生垣設置、統一暖簾掲載事業
- 上杉氏の城下町である米沢らしさと景観美化、商店街の統一感を演出する目的で、上杉鷹山が提唱し屋敷の生垣に推奨したといわれているウコギを商店街に設置するとともに、それぞれの商売をPOPに図案化したオレンジ色の統一暖簾を作成し全店の店先に掲載。

事業の効果

集客力アップ

5月から11月までの7ヶ月、毎月1回大テント市を開催し延べ10万人を超える集客を実現。にぎわいを創出し市民の行事として広く定着した。

(米沢市の人口9万人弱)

地域との連携確立

地域住民や小学校・幼稚園などが商店街の事業を理解し、協力体制を組んでくれるようになった。

子ども会の餅つきや小学校・幼稚園のマーチングバンドによるパレード出演、近隣寺院めぐりツアーなど商店街と地域の連携が確立された。

商店街イメージ向上

全店同色の暖簾やウコギ生垣により商店街に統一感と色彩による華やかさが加わり、後継者グループへの支持とともに視覚的なイメージ向上が図られた。

後継者グループの組織力強化

事業の企画・交渉・準備・実施を通して次世代を担う後継者グループの企画力・組織力が飛躍的に向上した。また、商店・商店街の市民への認知度が高まった。

事業の課題

事業の自立・採算

事業をより自立性の高い継続的な取り組みにするためにも、広報宣伝費やアルバイト人件費の圧縮(ボランティア)等採算性の向上が課題となっている。

個店・商店街の取組み

イベントとしての戎市の集客力は対外的にも評価は高いが、個店の売上や戎市以外の日の集客・売上増加に結びついていないのが現状。個店や商店街が戎市を“にぎわい創出”や“売上増加”のための手段としていかに利用するかが課題となっている。



マーチングバンドによるパレードの様子

あらまち

桐町通り商店会

所在地 : 米沢市

会員数 : 43 商店

商店街の類型 : 地域型商店街

関連URL :

<http://www.yzshop.or.jp/aramachi/>



桐町通り商店会



サンバパレードの様子

「大正浪漫調」のまちづくりとおもてなしの心

商店街等活性化事業の事例

福島県会津若松市 七日町通りまちなみ協議会・アネッサクラブ

！ ここがポイント

既存建物の表層部分の修景による「大正浪漫調」の街並みづくりと、交流活動を通したおもてなしの心による「ふれあいのまちづくり」の推進。



店舗修景の状況

事業実施の背景

福島県会津若松市は、豊臣秀吉の奥州仕置きで会津を拝領した蒲生氏郷が、東北の要衝として近代城郭を整備したことに始まる。氏郷は城下を碁盤状に整備し、各町は住居、商業、工業など機能ごとに分けられ、地名も「若松」と改名し、漆器産業の育成や自由経済制度の「楽市」の導入等により商工業の育成を図るなど、都市計画、商工業振興などにおけるまちの基礎が形づくられた。

(大正浪漫調の街並みづくりへの取り組み)

七日町通りも氏郷の時代にほぼ現在の形に町割が行われ、古くから“七”のつく日に「市」が立っていたことから“七日町”と命名され、大町四つ角を起点とする日光、米沢、越後街道が通っていたことから、問屋、旅籠、料理屋が軒を連ね、明治以降も重要な通りとして繁栄した。

しかし、近年のモータリゼーションとともに来街者が減少し、近代化の波にも乗り遅れ、廃業する店舗が増加し、商店街の様を呈していない状況となった。

衰退した状況に危機感を抱いた地元有志は、なんとか再生する糸口を見つけようと、七日町通りの状況を自分達の足で歩いた。通りの建物はトンやサッシに隠されてしまっているが、その中には明治・大正・昭和初期の歴史のある建物が眠っており、これを活かした街並みづくりが活性化のポイントではないかと考えた。この取り組みへの理解とともに平成6年3月「七日町通りまちなみ協議会」が発足した。

(おもてなしによるまちおこし)

氏郷の町割りの1番古い商店街「大町通り」は、会津若松駅から南に走る商店街であり、近年では観光会津の玄関口として賑わいを見せていたが、バブル経済崩壊後はみるみる観光客が減少し、商店街が廃れていくのも必至だった。

このような状況の中、市が道路のモール化計画を打ち出した中で、女性の参加のもとに自分のまちは自分達で創ることの大切さと表現の楽しさが実感できる取り組みが始まり、65店舗のおかみさんらの参加により、平成9年2月に「アネッサクラブ」が設立された。「アネッサ」とは商家のおかみさんを「あねさま」と呼ぶことからっており、自分達の住むまちの歴史と格式ある商人文化の伝統を踏まえ、さらに人と人との交流による「ふれあいのまち会津」づくりを目指している。

主な事業の概要

(七日町通りまちなみ協議会)

景観による街並み整備

七日町通りを三つの地区に分け、それぞれ、街並み協定を結び、そのまちづくりのテーマに沿った建物を修景したり、けばけばしい看板を撤去したり、自然素材を用いた看板を設置したり、店先に植物を植えたりしている。

会津ブランド館

「大正浪漫調」をコンセプトに空き倉庫を改装した建物で、緑を基調としたレトロな洋館造りとなっている。1階は、会津地方の市町村が連携した“会津ブランド認定品”や“地域産品”、安全で安心な食品などの展示・販売スペースとなっている。

(アネッサクラブ)

のきさきギャラリー

店の一角をギャラリーに見立て、昔から伝わるお宝(調度品や民芸品など)を季節にあわせたテーマをもって飾り、歴史ある商人文化を見てもらい、そこからふれあいが生じ、元気で楽しい街並みづくりを行っている。

“四つのどうぞ”運動

- ・ 「いす」をどうぞ、お休みください。
- ・ 「トイレ」をどうぞ、お使いください。
- ・ 「お茶」をどうぞ、お召し上がりください。
- ・ 「お荷物」をどうぞ、お預かりします。

街を歩いていると、自ずと必要になってくることであり、商人として当たり前のことであるが、入りやすいようにと店舗入口に表示し、四つの中から、自店でできることだけを表示することで無理なく続いている。

事業の効果

「大正浪漫調」のまちづくりや「おもてなし」による交流づくりは、民間による草の根的な活動から始まり、行政やTMO、他のまちづくり団体と様々な機関を巻き込んだ大きなまちづくり活動となった。

同市の中心市街地活性化の方策の一つとして「まちなか観光の推進」を掲げているが、非日常性を感じる異空間の創出とおもてなしとの相乗効果により、まちなかを散策する観光客が増加した。

事業の課題

七日町の取組みやアネッサクラブの活動は、対外的にも評価を得て訪れる観光客が増えているが、特に店舗の修景には助成制度の活用はあるものの多額の経費がかかることから、いかに継続していくかが課題である。また、同市は城下町特有の狭隘道路であるため、歩行者が安心してまちなか散策が行えるよう道路整備を進めることも課題となっている。

七日町通りまちなみ協議会

会員数：会員 98 名

(うち事業所会員 71 名、個人会員 27 名)

アネッサクラブ

会員数：110 名

(会津若松駅前～大町通り～野口英世青春通り～七日町通り周辺・・・商店街の枠を越えた女性たちのまちづくり団体)

商店街の種類：地域型商店街

関連URL：アネッサクラブ



会津ブランド館



のきさきギャラリー



「四つのどうぞ」運動

！ ここがポイント

商店街の道路高質化と併せたイベント事業の継続的な実施による商店街活性化。

事業実施の背景

中町地区は、旧奥州街道沿いに栄えた宿場町「郡山町」の中央に位置し、また、JR 郡山駅から徒歩 5 分という好条件から、周辺市町村からも多くの人買い物に訪れるなど、古くから地域一番の繁華街として栄えた地区である。

この中町地区の賑わいを作り上げてきたのが、「郡山市中央商店街」であり、最先端のモノや文化、情報があふれる、まさに福島県内随一の商店街である。

しかしながら、かつて、多くの人出で賑わっていた当商店街も、空き店舗の発生や来街者の減少など、全国的に問題となっている中心市街地の空洞化が顕在化し始めた。

このような状況を打破するため、会員一同が一念発起し、「エレガントでダンディーな街」をコンセプトに、世代を超えて楽しめるユニバーサルデザインの街づくりを目指し、「道路高質化事業」をはじめ、様々なイベントを継続的に実施するなど、商店街の活性化に取り組んでいる。

事業の概要

道路高質化事業（平成 15 年度実施）

- 概要：場所：県道須賀川 二本松線
幅員：12m 延長：305m

歩道(1824 m²)を高質化(御影石を使用)するとともに車道との段差を無くし、景観に配慮したボラードは収納式や取り外し式とした。女性をイメージしたデザインの街路灯には催事用電源や放送設備を付属することによって、イベント等の使用にも対応できるものとした。

また、当地区の歴史的価値やその顕彰を後世に残すため、地域にゆかりのあるモニュメントを配し、歴史や文化などを感じながらより多くの市民が楽しめる空間「なかまち夢通り」として完成した。



・モニュメント



【山水道】

かつて、地区の商家が上水道として清水台（中町西部の高台）から「木管」を引き込んだ簡易水道（通称：山水道）を持っていた。その水道をモニュメントに再現。



【ベンチ】「安全で快適な楽しいまち」を目指すため、ユニバーサルデザインに配慮したベンチを通り沿いに設置。その他、イベント時を想定した、埋設可能なボラードを設置し、歩車共存道路の整備を図った。

イベント事業の継続的な実施

年間を通じ「なかまち夢通りストリートカーニバル」として各種イベントを実施している。

- ・ビール祭り in なかまち夢通り：野外でビールを飲みながら大型ビジョンでの野球観戦。（7月）
- ・うねめ福祉バザール：商店街各店や露天商による路上での販売。出店料の一部を福祉団体に寄付。（8月）
- ・花市：市内農家による切花販売と併せ、商店街各店のワゴンセール及びフリーマーケットの実施。（8月）
- ・ウィンターフェスティバル：ミュージシャンによる野外ライブやFM放送の中継、地元農産物やそばの打ち立ての販売等。（11月）

- ・オープンカフェ（7月～11月の土日約30日）
- ・冬のイルミネーションページェント（12月）等

「まちづくり憲章」の制定

街の文化や景観などを守っていくために、「まちづくり憲章」及び「同細則」を制定し、建物の新築・増改築に関する事項、道路管理に関する事項、さらには商店街における禁止行為等を定め、商店街としての方向性を定めている。

まちづくり憲章

わたしたち郡山市中央商店街人は、いつも商店街を愛し、ひとつ、郡山市の発展の源であることを誇りとし、文化の香り高いまちをつくります。
ひとつ、訪れるすべての人にやさしい、安全で快適で楽しいまちをつくります。
ひとつ、お互いに助け合い、信頼しあい、働く喜びに満ちたまちをつくります。
ひとつ、新鮮さを求め、質の高い空間と、夢と活みなぎるまちをつくります。
ひとつ、美化と啓発に努め、共に美しいまちをつくります。

事業の効果

にぎわいの創出

「なかまち夢通り」の高質化と各種イベントの継続的实施により、「エレガントでダンディーな街」というコンセプトに見合う店舗が数多く出店し、空き店舗の解消が図られるなど、賑わいが戻りつつある。

市民における商店街の知名度の向上

継続的なイベントの開催により、中央商店街に行けば何かをやっていると市民から思われるようになった。

組合員間における意識の醸成

ハード整備、まちづくり憲章の制定、イベントの実施等組合員が協力し合う機会を経ることにより、組合員相互が協力する気風が醸成され、今後の活動の基盤が形づくられた。

事業の課題

イベントの集客力の一層の向上

継続的なイベントの実施による来街者の増加が、イベントごとの集客力の差を無くすことに繋がる必要がある。

イベントによる売上向上

イベントでの集客を、個店の売上向上につなげることが必要。

他の団体との連携の強化

他の商店街等とのより一層の連携強化が必要。

郡山市中央商店街

所在地 : 郡山市

会員数 : 99 商店

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL :

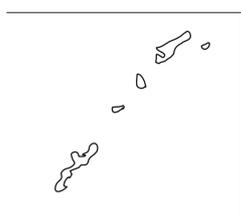
<http://www.chuokai-fukushima.or.jp/tyouou>



オープンカフェの様子



ウィンターフェスティバル野外ライブの様子



(3) 関 東

みやのかわ商店街（埼玉県秩父市）・・・・・・・・・110

早稲田大学周辺商店連合会（東京都新宿区）・112

村上市中央商店街（新潟県村上市）・・・・・・・・・114

新居町内商店会（静岡県新居町）・・・・・・・・・116

まちの情報館（静岡県沼津市）・・・・・・・・・118

！ ここがポイント

「ナイトバザール」の先駆け商店街。これを通して日本各地の商店街との交流につながり、地域の経済・観光に寄与。



222回継続して開催されるナイトバザール

事業実施の背景

みやのかわ商店街振興組合は、秩父鉄道秩父駅前通り、及び駅前交差点の左右200mを中心とした商店街で、種々な商業を営む個店、大型店で構成されている。

秩父市の中心商店街として、ふさわしい街づくりを目指し組合を中心に各種イベント等を実施しているほか、自治体の協力を受けて、秩父地区全体の活性化を図るため、協働して環境整備等街づくりの活動が行われている。

約20年前に商店街の活性化について、宮側町共栄会青年部近代化研究会が結成され、検討が行われたところ、消費者の生活行動が夜型に移行していることに着目し、地域の伝統祭りである「秩父の夜祭」にヒントを得て「ナイトバザール」が実施されることとなった。

運営する商店街には、「ナイトバザール」は今や秩父の夜市として固有名詞化したブランドと言っても過言ではないという自負がある。

郊外型大型店vs中心商店街の中で、商店街自らが努力し、活性化が図られている。イベントは222回同じ出しものは一度も行わずに街づくりが行われている。

今後も新たなイベントを展開して常に新しさや変化を求めて活性化策を実施していく方針であり、節目の200回記念では埼玉県知事・国会議員・秩父市長はじめ国内各地から多くの参加者を迎えて「全国商店街交流(車座集会)」を開催。各地で今抱えている問題点や解決策が話し合われた。その結果、商店街の原点とも言える本来の姿に戻ることに行き着いた。高齢社会・買い物弱者のために買い物代行(御用聞き)と出張商店街等の企画が練られている。

できるものは何でも挑戦する。平成12年度に作成された秩父市中心市街地活性化計画における商店街の計画も全て実行されている。

事業の概要

ナイトバザール

222回以上継続して開催しているイベント。毎月第3土曜日に実施。

地域ブランド商品開発

オリジナル駅弁の販売

みやのかわファンクラブ

会員数5000人突破を目標としている。会員には各店提供の特典、イベントへの参加権を提供予定。

チャンスカードセール

毎年約6万枚を配布し、商店街での買い物の楽しさを市民に提供。

環境整備事業

街づくりにも取り組み、今まで道路名看板の設置、電線の地中化、シャッターの美装化等ハード面の事業を推進。

事業の効果

商店街を取り巻く環境は毎年悪化をたどっているが、そのような環境の中で地域に密着したナイトバザールは、日本経済新聞2005年2月訪ねてみたい商店街ベスト5にランクされ、多くの人達の交流の中で、毎年新たな街づくりや人づくりが行われ商店街の活性化が図られている。

また、イベントを毎月定期的に行うことにより、日本各地の商店街の交流が秩父において図られ、秩父地域の経済や観光の活性化に寄与している。ナイトバザールの継続は、もしやなかったらということを考えてみると、その効果は計り知れないものがある。このため、商店街では、可能な限り街づくりを実践し、その効果を今後も実現させたいと考えている。

事業の課題

大型店の出店が相次ぐなか、少子・高齢社会にどう対応していくかが今後の課題である。

みやのかわ商店街

所在地 : 埼玉県秩父市宮側町21-23

会員数 : 120名

商店街の類型 : 駅前地域型商店街

関連URL :

<http://www.mijanokawa.com/index.html>



！ ここがポイント

エコステーションの仕掛人。地域と連携し、環境・リサイクル、震災対策、情報化、地域教育等の多角的なまちづくり。



地球感謝祭
(旧エコサマーフェスティバル)

事業実施の背景

早稲田大学周辺の7商店会450店で構成されている連合商店会。商圏人口2万～2万5千人。

夏休みになると商圏人口のほとんどである学生がいなくなり、商店街は閑散としてしまう。そこで夏枯れ対策としてイベントを企画。平成8年8月に実施したイベント「エコサマーフェスティバル」の成功をきっかけに、環境・リサイクルだけではなく、バリアフリー、震災対策、情報化、地域教育と多角的にまちづくりに取り組んでいる。

事業の概要

「エコステーション」

エコサマーフェスティバル後、「ごみゼロ平常時実験(拠点があれば、リサイクル活動ができることの証明)」などを経て、平成10年に商店街の空き店舗を借りて、空き缶回収機とペットボトル回収機を設置したエコステーションを開設した。回収機に空き缶を入れるとラッキーチケット(商店街の参加店で使える商品券、値引き券)が当たる仕組みで、リサイクル

事業と個店への集客を結びつけた取り組みとなっている。また、生ゴミ処理機を設置し、成分解性のお買い物袋(生ゴミと一緒に処理機に投入しても分解する袋)も作成。平成11年から修学旅行生を受入れ、環境活動・地域活動を紹介するとともに、修学旅行生が地元の特産品を早稲田で販売する販売体験の場を作り人気がある。

「早稲田地球感謝祭」

エコサマーフェスティバルは、平成12年から、早稲田地球感謝祭と名前を変え、さまざまな切り口から、地域の多くの人に参加できる場を作っており、各商店会とともに、地域参加型のイベント作りが進んでいる(フォトコンテスト、フリーマーケット、ビンゴ大会など)。こうした活動には、多くの学生が参加し、イベントへの参加にとどまらず、マップ作り、防災キャンプ、イルミネーション飾り、餅つき大会、早稲田祭ラーメンなどのメニュー提案(個店への提案)リユース弁当箱(容器を返却する持ち帰り弁当)など、さまざまな企画を実現している。

「震災疎開パッケージ」

安心安全は街の売り物として、商店街発の震災対策に取り組み、「震災疎開パッケージ」を販売(被災したときには、連携している地域へ疎開できる仕組み。平常時には特産品のプレゼント、連携地域への下見ツアーなどが盛り込まれている)。

「早稲田地ビール」

平成14年には、早稲田地ビールを作り好評販売中。

その他

アトム通貨(地域通貨)合格弁当の販売、ワセダカラーの街路灯の設置、平成19年の早稲田大学創立125周年を地域ぐるみで祝福する商店街企画を検討するなど、ユニークな取り組みを行っている。

団塊世代が再び早稲田に集う企画(ミュージカル

に端役で出る会、田舎家を守る会など)や講座を開催しており、昨年は、団塊の世代を対象にNPO・起業博覧会を行うなど、起業に関する講座も早稲田大学内や周辺で行っている。

事業の効果

地域参加型のイベント・商店会活動が活発になった。

エコステーションの取り組みは全国約100の商店街に広がり、平成11年からは「全国リサイクル商店街サミット」を行い、全国の商店街同士のネットワークの構築へと繋がり、物流事業、震災対策、地域交流などさまざまな連携事業が展開されている。震災パッケージ登録地域数30件、加入者数300人。中越地震では、連携先の新潟県入道村に、新宿区より米を支援、一時避難の受け入れをした長野県飯山市(連携先)の商店街に対しても、食材発注などの支援を行った。

事業の課題

“出来ることを楽しく”する切り口で活動していくこと、イベント等での取り組みを日常的な活動、街づくり活動につなげて広げていくこと、を目指している。より多くのさまざまな人が参加できるように仕組みでいくことも必要である。

多面的な街づくり活動を、積極的に個店の販売促進に結び付けていくことが課題。



アトム通貨

早稲田大学周辺商店連合会

早稲田商店会、大隈通り商店会、早大西門体育館通り商店会、ワセダグランド商店会、早稲田大学南門通り商店会、グリーンベルト鶴巻町商業会、早稲田駅前商店会

所在地 : 東京都新宿区早稲田地域

会員数 : 450店

商店街の種類 : 近隣型

関連URL : 早稲田商店会

<http://www.eco-station.gr.jp/>

ワセダグランド商店会

<http://www.waseda-town.net/WG/>



エコステーションのラッキーリサイクル空き缶回収機



早稲田地ビール

今あるものを生かす～街の魅力を再発見～

商店街等活性化事業の事例

新潟県村上市 村上市中央商店街

！ ここがポイント

城下町・村上に残る昔ながらの町屋を生かしたまちづくりを实践。「人形さま巡り」「屏風まつり」等のイベントで誘客を図り、まちを活性化。



人形さま巡り

事業実施の背景

村上市中央商店街は、新潟県の北部に位置する村上市において、3つの町内で構成される全長、約600メートルの商店街である。

かつては中心商店街として繁栄したが、昭和40年代にJR村上駅前に大型店が開店し、人の流れが大きく変化した。近年は、国道沿いの大型店やパワーセンターなどに客足を奪われ全国各地の状況と同様である。

そのような中、平成10年～12年にかけて若手後継者が中心となり市内の全商店会を挙げて大掛かりなイベント（村上市大商業まつり）を行い街の魅力を再発見するきっかけになった。

また、城下町村上の資産である町屋を生かしたまちづくりを目指す商店街メンバーが、別組織「村上町屋商人会（まちやあきんどかい）」を設立し、城下町村上町屋の人形さま巡りと屏風まつりを始めたことで、市民主体による町屋を生かしたまちづくりが始まった。

事業の概要

町屋の人形さま巡り（平成12年～）

3月1日から4月3日まで、商店街を中心とした町人町の各家々70軒に展示、見学無料で公開している。

屏風（びょうぶ）まつり（平成13年～）

9月10日から30日まで、人形さま巡り同様に約60軒の参加店に屏風をはじめ昔の道具などを展示、無料見学できる。

チーム黒塀プロジェクト（平成14年～）

市民が1枚千円で板を買いブロック塀を板塀に変えた。建設費の不足分は塗装など市民のボランティアでまかない景観を修復した。

宵の竹灯籠まつりの会場にもなっている。

宵の竹灯籠（とうろう）まつり（平成14年～）

10月中旬に黒塀の小路に幻想的な雰囲気をかもし出す。これに合わせてピアノ、フルート、三味線、雅楽などの音楽会も行われ、抹茶も振舞われる。



地蔵様の日（7月23日）

市内の保育園・幼稚園児の地蔵様のぬり絵の展示。民謡流し、よさこいなどのイベントで、伝統行事の地蔵様巡りを盛り上げている。

小町フェスタ

音楽を通じて街づくりと地域のコミュニケーションを図る活動。

フリーマーケットなども同時に開催。

情報交換と井戸端会議ができる「こまち広場」も開設。（小町商店会とこ・まちづくり委員会が管理運営）

むらかみ町屋再生プロジェクト（平成16年～）

人形さま巡り等による来街者の増加により、市民の間で当市の資産である町屋の重要性に対する認識が高まり、街並み再生に向けた市民自らの力による再生プロジェクトが始まる。

具体的には、年間1千万、10年間で1億円の基金を創設し全国から出資を募り、アルミサッシ等で近代化されてしまった町屋の外観を昔ながらの格子や板戸に再生するための制度を創設した。

また、外観の修景に際しても、「村上大工 匠の会」を組織し、伝統的技術の継承・復活も目指している。

事業の効果

3月の人形さま巡りと9月の屏風まつりには、県内外からも多くの観光客が見学に訪れる。商店街から4キロ程の所に瀬波温泉があり宿泊客の増加にも貢献している。また市内の観光施設への入れ込み客もイベント開催により増加傾向にある。

町屋再生プロジェクトもこれまでに4軒を再生している。

個店の売り上げ増はもとより、市全体への大きな経済効果を生んでいる。

事業の課題・反省点

現在、商店街としては、イベントに協力しバックアップを行っているに過ぎないが、商店街の各店がイベントに参加して各店の活性化にも役立っている。

商店街では、今後は、更に連携を深め協力体制を強化していきたいと考えている。

人形や屏風の魅力もさることながら「心温まるふれあい（人情）」がこれらの催しの成功の力ぎを握っていると思われる。日常の商店会活動にもこれらの経験を活かすとともに各店が自信を持って販売できる逸品の開発が課題である。

村上市中央商店街

所在地	：村上市小町
会員数	：40店
商店街の類型	：地域型商店街



「むらかみ町屋再生プロジェクト」事業により再生した第1号店舗

！ ここがポイント

地元商業者が共同で葬祭サービス事業を組織運営。地元の慣習に熟知したきめ細かいサービスが高い評価。

事業実施の背景

静岡県新居町は浜名湖沿岸に位置し、うなぎやしらすといったおいしい食べ物や、新居の「関所跡」等の観光施設で全国的に有名である。

東は浜松市、西は湖西市に隣接しており、地域住民の買い物は、両市への流出傾向にある。

特に近年は、浜松市西部地区等に相次ぐ郊外型ショッピングセンターの出店や、ライフスタイルの変化への対応不足等によって、地域の商業事情は衰退の一途をたどっていた。そんな状況を危惧した商工会商業部会のメンバーが声をかけ、当組合の前身である任意グループを平成8年9月に結成し、月2回の勉強会をはじめた。景気に左右されない事業は何かと考えた末、葬祭事業を共同で行うという結論に達した。もともと、新居町の葬儀は亡くなった方の家が各商店に頼みながら、自分達で行ってきた。しかし、大手葬祭業社の進出によって葬儀の仕事がなくなったという経緯があるので、葬祭業に関する事業組合を立ち上げるには抵抗感はなく、勉強会をはじめて1年、平成9年10月に酒屋・食料品店・菓子店・仕出し店・贈答品店及び寿司店等計33店で「あらい商工葬祭協同組合」を設立した。

設立の際には、出資金として各個店20万円を出し合い、行政からの補助金等は一切受けずに自分たちの力だけで立ち上げると決意し、投資はせず祭壇や霊柩車、葬儀ホールなどは町の施設を借用するかたちでスタートした。

「自分たちが本気になってがんばるためには、他人からの保護を受けながらではだめである。保護を受ければ、かならず甘えが生まれるからだ」という姿勢は決して崩していない。とはいっても、自分たちの生活を抱えて事業に挑戦するため、失敗したときに立ち直れないほどの損失を出すわけにもいかない。そこで、できる限り投資はしないことを前提とした。このため、借りられるものは借りる、利用できるものは利用する、自分たちでできることは自分たちでやると、損失を最小限に防ぐための工夫を実践している。

事業の概要

葬儀に必要な物品を組合員である各商店から購入するだけでなく、遺体安置、寺・隣組に協力依頼、受注手配、祭壇設営、儀式の準備、食事準備、片付け等の葬儀に関わるほとんどすべてを自前で行っている。この作業は外注するのではなく、組合員が当番制で担当している。外注部分は、葬儀司会や遺体搬送、花輪・祭壇のリースである。

設立当初は、資金事情もあり組合員の無料奉仕で行っていた業務も、今では1作業につき2千円ではあるが、報酬を支払えるまで運営は順調になっている。

組合員自身が、地域の伝統や風習を理解しているので、大手葬祭業者よりもきめ細かなサービスを行うことができるのが一番の特徴である。

地域の住民からは、「葬儀に詳しい近所の人が、お手伝いをしてくれる感覚でサービスをしてくれる」と高い支持を受けている。

新居町内商店会

所在地 : 静岡県浜名郡新居町中之郷 1425
組合員 : 30店舗 (理事9名 : 正社員3名)
類型 : 地域密着型

事業の効果

設立初年度には、50%のシェアを獲得し、3年で町内における葬儀のシェアは95%まで伸びている。また、地元だけでなく町外からも注目を集めている。

葬儀需要がなければ、現参加店のうち、4~5店舗は廃業していたという。



組合員によるきめ細かいサービスは、町民の評判が良い

空き店舗活用によるまちづくり拠点施設

！ ここがポイント

商店街の空き店舗を活用して、まちづくり活動の拠点施設「まちの情報館」を開設。市民、商業者等が開かれた活動の場。



まちの情報館外観

事業実施の背景

沼津市のTMOぬまづでは、空き店舗対策を先導的に推進する事業の一環として平成13年4月から、商店街（アーケード名店街）の空き店舗を活用してチャレンジショップを展開した。このチャレンジショップは、起業する意志のある商業者3～4社に低価格でレンタルし、その後繁盛店としてアーケード名店街の空き店舗に誘致することを目的としたものであったが、所期の目的を果たすまでには至らず、平成16年3月をもって閉鎖となった。しかし、歴史はあるが、市内で空き店舗率が最も高いアーケード名店街の活性化を目指し、チャレンジショップ跡地である空店舗に市民・商業者等のまちづくり活動の拠点施設として、平成16年5月に沼津地域産業振興協議会の運営による、ぬまづ産業振興プラザと連携した若人や商店主の情報受発信サロンとして「まちの情報館」を開設した。

まちの情報館の機能

中心市街地におけるまちづくり活動のコーディネート場

専門スタッフを常駐させ、まちづくりなどの専門家集団との連携を図りながら、中心市街地における商業者、まちづくり団体の活動コーディネート機能。

中心市街地におけるまちづくり情報交流の場

中心市街地のまちづくりやイベントに関する情報を集積しながら、商業者、市民、若者などが気軽に立ち寄れる情報ステーションとしての機能。

中心市街地におけるまちづくりの担い手を育成する場

商業者のスキルアップとまちづくり活動の担い手を育成するセミナー、講座を開催し、商業・まちづくりの人材を育成する機能。

商業者・市民団体活動の場

商業者や市民団体が気軽に使える会議、実践活動の場となるスペースを提供する機能。

新しい商業経営者を育てる実験ショップ

新しい商業経営にチャレンジする場としての実験店舗を提供し、新たな商業経営者の育成を図る機能。

事業の効果

学生などの若者のまちづくりへの参画

「学生リーダー塾」の開催、「ぬまづタウンユース」(若者によるまちづくり活動グループ)への支援など、若者グループの活動をサポートすることで、まちづくりに関心を持つ若い人材の育成が図られている。

学生を商店街イベントなどの企画・運営にも参加させ、学生マンパワーを注入することで、イベントも活性化されている。

学生にイベントを経験させることで社会経験を積ませ、人材育成に繋がっている。

各種講座・セミナーの開催

「商業者のためのIT講座」、「市民向けIT講座」、「商業者のためのマーケティング塾」、日本政策投資銀行や経済産業省中心市街地活性化室などのまちづくり専門家による「まちづくりセミナー」等の開催により、商業者のスキルアップや意欲あるまちづくりの担い手の育成が図られている。まちづくり活動を行なう個人・団体の交流の場の創出

商店街、市民団体など、まちなかで活動する個人・団体に活動の場を提供することにより、様々な活動を行なっている個人や団体が相互交流する機会が生じている。

毎月1日に開催している「朝市」が定着し、盛況を呼ぶとともに市内外出店者間の交流の場ともなっている。

HP開設・運営による情報発信

HPにより、まちの情報館の活動はもとより、中心市街地の様々なイベント、催しを紹介するなど、中心市街地のにぎわい創出に向けた情報発信を行なっている。

事業の課題

収入の確保

「まちの情報館」の運営経費は、ほとんど市からの補助金によって賄われている。今後の事業継続のためには、法人化や収入の確保について検討していく必要がある。

今後の事業展開

「まちの情報館」がアーケード名店街に立地しているため、中心商店街の一部にはアーケード名店街のための施設と誤認識している商業者も見受けられる。今後は、中心商店街全体に波及する、あるいは取り込んでいく事業を展開し、さらに拡大していく必要がある。

市民の認知度

日経流通新聞（日経MJ）の一面や、地元マスコミなどにも取り上げられているが、市民の認知度は高いとは言えない。今後、市民の認知度を高めるための対策を検討する必要がある。

まちの情報館

所在地 : 沼津市町方町106

TEL : 055-964-0211

FAX : 055-964-0212

関連URL :

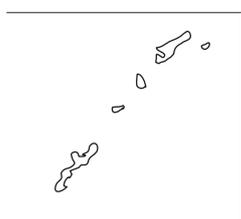
<http://www.numazu-plaza.net/jhokan/>



アーケード名店街で毎月1日開催されている「朝イチ」におけるまちの情報館前の風景



学生リーダー塾の様子



(4)中 部

堅町商店街（石川県金沢市）・・・・・・・・・・ 122

銀座通り商店街（愛知県瀬戸市）・・・・・・・・・・ 124

表参道発展会(いなり楽市実行委員会)
（愛知県豊川市）・・・・・・・・ 126

！ ここがポイント

土・日・祝の午後の歩行者天国「ホコ天」を平日にも拡大し、365日、午後は憩いの街に。



事業実施の背景

金沢市の人口は約45万5千人。他の中小地方都市にみられるように、中心市街地商店街は、郊外大型店・ショッピングセンターとの競争激化や郊外移住による街なか定住者の減少の影響を強く受けている。

堅町商店街においては、従来よりモール化整備事業を推進し、御影石による道路舗装や電気ロードヒーティングも完備し、ハード整備はほぼ一巡していた。

しかし、より魅力のある商店街として賑わいを増し、街中に人を呼び込むには、ソフト面における有効策が必要であった。

このため、以前取り組んだものの、周辺地域の反対により挫折した、歩行者天国「ホコ天」の拡大に取り組んだ。

事業の概要

「堅町商店街通り」は、車道幅員6mの金沢市道とその両側各3mの歩道、計12mの通りが430m延びる通りで、商店はその両側に軒を連ねている。

この通りの従来からの交通規制は、土、日、祝の午後(1200~1800)に限り、車両の進入が禁止となっていたが、休日で約3万人、平日でも休日の半数程度の通行量があり、人と車の混在は安全上からも問題があった。

このため、取り組みに当たっては、組合においても車両通行量調査を実施したほか、金沢市交通政策課へも働きかけ、「金沢市における歩けるまちづくりの推進に関する条例」にのっとり作業を進め、周辺地域の了解も得ることが出来た。併せて警察とも連携をとり、平成17年12月1日より、平日にも交通規制を拡大することが出来た。なおこの際、夕方の規制時間を1時間延長し、1200~1900とした。

アーケードのない商店街における通年のホコ天は、全国的にもあまり例がないと思われる。

事業の効果

ホコ天拡大後における通行量調査がなされていないため、確かなデータはない。

しかし、通りを行き交う人達は、車を気にせず道の真中をゆったりとくつろいで歩いている。また、幼児を乗せたバギー車を押した若い夫婦連れも歩道を歩かず、車道を歩く。

こうした安心感はやがてリピーターに繋がり、来街者の増加になるものと考えられる。

中心市街地は、高齢者比率も高く、散歩を日課としている人も多い。交通規制後はこうした人達からも散歩ルートとして好評であるほか、周辺住宅街では、従来、多くの通過車両が流入していたが、堅町通りの交通規制を機に、減少し、静かな環境づくりの一助ともなっている。

事業の課題

年間を通しての午後の交通規制の実施により、一般車の商店街への進入は抑制できたが、警察発行の通行許可証を有する運送業車両や組合員業務車両は、進入可能な状態となっている。

このため、一般車両が減った分、これら車両が目立ち、買い物客の印象を悪くしている。

対策として、荷捌き所の設置が求められているが、商店街通りは430mと長く、2箇所は必要で適地の確保は容易でない。また、各店の商品の荷受、配送は、リアルタイムで動いており、規制時間内の自由な通行を望む商店街の組合員の要望も多い。

これらは今後、運送業者との調整や、組合員への説得を要する部分である。

また、ホコ天は、寛ぎの空間や憩いの場所の提供も必要で、ベンチやパラソルといったストリートファニチャーの充実、街路樹の増植、景観の向上等のハード面、オープンカフェの実施、通りでのイベントの開催等のソフト面、これら両面での今後取り組むべき課題も多い。

堅町商店街

所在地	: 石川県金沢市
会員数	: 148名
商店街の種類	: 広域型商店街
関連URL	: http://www.tatemachicom



一店逸品運動と大学連携によるまちづくり

商店街等活性化事業の事例

愛知県瀬戸市 銀座通り商店街

！ ここがポイント

商店街が組織した委員会の認定オリジナル商品を新聞発表。また、商店街店主の共同経営店舗などを設置し、バーチャルモールをインターネットに掲載。

事業実施の背景

「銀座通り商店街」は、人口13万人の瀬戸市中心部に位置し、瀬戸市における3つの中心商店街のうちの一つであるが、核店舗の衰退以降、郊外部での大型店の出店もあり急速に衰退し空き店舗が増加していた。最近では商店街の努力により空き店舗が減少し、飲食店やギャラリーなどの新業態の店舗も増加している。

1997年6月の「2005年万博の瀬戸市開催決定」を受けて、様々な取り組みを実施。

<助走期間> 1998～2000

基本計画作り（やきもの文化に根ざした潤いのある街づくり）、女性部（銀座レディース会）の立ち上げ、イベントを通じての学生や市民団体との連携。

<ホップ> 2001～2002

銀座茶屋（商店街店主らによる共同経営の和風茶屋）、人コミュ倶楽部オープンを皮切りに空き店舗にギャラリーや飲食店がオープン。

<ステップ> 2003～2004

一店逸品づくり運動による既存店の活性化とネットワークを活かした商店街の新たな魅力作り。

<ジャンプ> 2005

愛・地球博開幕

事業の概要

一店逸品づくり運動

現在、10品目が「せと銀座の逸品」として認定されている。また、2店舗については、商品ではなく人物にスポットを当てて、瀬戸にもこんなすごい人がいるということで、「銀座マイスター」として認定している。

名古屋学院大学において作成された「一店逸品」バーチャルモールをインターネットに掲載してPRを実施。

（目的）商店街の各店が逸品を考えることにより、商売の原点である商品を見つめなおし、皆で意見を出し合うことにより、より良いものを作り、商店街のイメージアップ、ブランド化を目指す

銀座マイスター

瀬戸で他にいない技術・知識を有する人であると、いっぴん委員会の総意で認定する。

大学との連携・・・学生経営のお店

「カフェ&雑貨 マイルポスト」

瀬戸市内にキャンパスを持つ名古屋学院大学とまちづくりNPO 人コミュ倶楽部が平成14年9月にまちづくりカフェを開店した。

平成12年秋に学生が商店街のイベントを手伝ったことがきっかけになり、経済学部の学生と教員らで作るまちづくりNPO「人コミュ倶楽部」が発足し、平成13年4月、商店街に事務所を開設した。その後土産物の販売を開始し、それが「マイルポスト」に発展した。

マイルポストは約100㎡の店舗に喫茶店と雑貨コーナーが設けられている。普段はコミュニティサロンとしてのカフェの営業をしているが、講演会やミニFM放送などのイベントも随時開催している。年に4回程度、名古屋学院大学経済学部政策学科「まちづくり研究入門」の一部として市民も参加できる公開授業をマイルポスト店舗内で実施している。

その他にも月一回程度マイルポスト店内にてコミュニティカフェイベントがあり、様々なゲストを招いての講演会&ワークショップが行われるなど、商店街・学生・市民を巻き込んだ多くの取組が実施されている。

マイルポストは、銀座通り商店街にとって、商店街の活性化に大いに寄与している。

銀座茶屋

店主が共同出資して、空き店舗に飲食店を開店。
(マイルポストのとなり)

かわらばん家

商店街の空き店舗対策として設置され、にぎわい回復、まち全体のギャラリー化の推進、若手陶芸家の育成等まちづくりの大きな一翼を担っている。

新たな魅力作り

・窯の広場設置

商店街が物を売るだけでなく、人と人が心をつなぐ場として、商店街内に窯の広場が設置され、地域の女性が中心となってフリーマーケットなどを実施しており、連日盛況。

・キャラクターの商品化

陶祖祭などで狛犬キャラクターの装飾を実施し、商品化につながった。

事業の効果

- ・商店街のイメージが向上し、来店客が増加した。
- ・来店客が、商店街をゆっくりと歩くようになった。
- ・空き店舗に入った者が新たに活動する仲間に加わった。

事業の課題

- ・既存店舗の店主が高齢化しており、事業へ参画しない。
- ・また、廃業になった店舗も住まいになっており、貸店舗にならない。

銀座通り商店街

所在地 : 愛知県瀬戸市

会員数 : 47店

商店街の類型 : 交流型商店街

「かわらばん家」写真



常設展コーナー



▲まちづくり公開授業

▲愛・地球博開催前に行われたミニFM事業

できることから始めるまちづくり

商店街等活性化事業の事例

愛知県豊川市 表参道発展会（いなり楽市実行委員会）

！ ここがポイント

若手店主が中心となり、ハード先行のまちづくりから脱却し、地域再生計画を活用したソフト先行まちづくり「いなり楽市」を推進。



「いなり楽市」で賑わう門前町

事業実施の背景

愛知県豊川市は、日本三大稲荷に数えられる豊川稲荷を有し、毎年正月三が日には120万人もの初詣客で賑わい、年間では数百万もの観光客を集めている。その豊川稲荷門前町の商店街は、古くから観光商業地として栄えてきた。

しかしながら、近年のライフスタイルの変化等により観光客が減少し、中心市街地としての活力が低下しつつある。中心市街地全体では、平成3年に530億3,000万円であった年間販売額も平成11年には290億6,600万円と半減し、また、店舗数も482店から336店に減少していた。

これに対し、豊川市では、行政主導で、活性化のためのまちづくり方針、都市計画道路の整備や地区の景観整備方針などを話し合うワークショップを幾度となく開催したが、行政にありがちなハード先行のまちづくりであったこともあり、商店街のまちづくり意欲も不十分であり、なかなか結論がでず、苦慮していた時期があった。

まちづくりの「はじめの一步」が踏み出せないこのような状況の中で、商店街の若手店主と地元住民が中心となり、「できることから始めるまちづくり」を合言葉にまちづくり活動が行われるようになり、当該地区のまちづくりは転機を迎えた。

事業の概要

いなり楽市実行委員会

平成14年に発足したこの委員会は、商店街の若手店主が中心となり、できることから始めるまちづくりを実践している団体である。この団体の成長により、長年行政があの手この手でまちづくりを試みてきたこの地区にあって、ようやく自発的にまちづくりを検討・実践できる地元の態勢が整ってきたといえる。この委員会では、まちづくりイベント「いなり楽市」を開催し、手作りの景観整備、地域情報の発信、地域ブランドの確立、名物商品の開発などを行っている。特に「いなり楽市」には、毎回2万人の集客(本市人口の15%)があり、大きな経済効果をもたらしている。

いなり楽市

月一回の定期イベントのテーマは、「なつかし青春商店街」。豊川稲荷やその門前町商店街が一番賑わっていた昭和30年代のレトロな感覚を楽しんでもらおうと、当時のホーロー看板や家電を飾りながら、路上に戸板を並べて「自由市」を開催している。はじめたころは細々と開催していたが、その賑やかな演出により、人が人を呼び、大きな集客を得るようになり、豊川稲荷の集客と相乗効果により、まさしく昭和初期の賑わいを再現している。

このまちづくり活動を継続させるため、毎週木曜日の午後7時から委員会を開き、深夜の3時ぐらいまで、「まちづくり」に関する話し合いを行っている。もちろん、この会合には市役所の職員も参加している。

道路の有効活用

いなり楽市では、道路を通行止めにして、大道芸を行ったり、商品を並べて商売したり、オープンカフェを行ったりしている。

これには地元の要望に基づき地域再生計画を策定しており、「道路使用許可の円滑化」、「補助施設の目的外転用」などの支援措置が活用されている。

費用のかからない景観整備

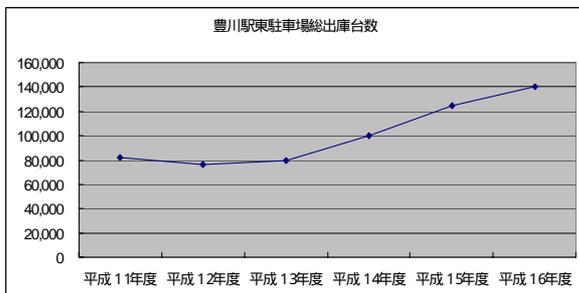
まち全体が古く、時代に取り残された商店街というデメリットを逆手に取り、門前町という地域特性を活かし、古いことや懐かしさを逆に強調するため、各店舗の軒先に昭和初期の懐かしいものを飾っている。これらは、高齢者の世代には懐かしく、若い世代には新鮮で、好評を得ている。

市民を巻き込んだまちづくり

この活動を続けている間に、このまちづくりへの賛同者が徐々に増え、現在では、周辺住民や商店主だけではなく、市内の中学校や高校、外国人サークル、市民ボランティアなど、市民を広く巻き込み始めている。

事業の効果

来街者の増加に関する指標として、当該地区の市営駐車場の総在庫台数の推移を把握しているが、いなり楽市の大きな集客もあり、増加傾向を示している。また、商店街そのもののイメージも向上したことにより、観光客に偏っていた来街者が、市民も訪れる商店街へと変化を遂げており、事業効果は高かったと言える。



事業の課題

できることから始めるまちづくりも大きな成果を収め、現在、この委員会では、次のまちづくりのステップとして、行政主導ではなく、自発的に商店街の景観整備(ファサード整備)を検討しているところである。

表参道発展会(いなり楽市実行委員会)

所在地 : 豊川市
 会員数 : 49 商店
 商店街の類型 : 観光地型商店街
 関連URL :

<http://www.fbgbbe.ne.jp/~okitsu-net/rakuchih.htm>



昭和初期の門前町(商店街)



各店舗の昭和初期の飾り付け



道路を活用した軒下戸板市



路上で行われるパフォーマンス



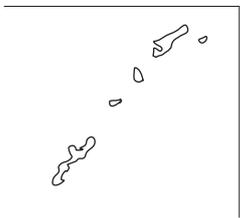
中学校のプラスバンド部演奏



いなり楽市により賑わう商店街



商店主が広告塔【ちんどん屋】



(5) 近畿

福島聖天通商店街（大阪府大阪市）・・・・・・・・・130

篠山市内15商店街等（兵庫県篠山市）・・・・・・・・132

！ ここがポイント

「聖天さん」という地域固有の資源を活用した街づくり事業。占いで集めたお客さんの心をつかむ商売に、商店街ならではの知恵を活かす。



UF0 (=遊歩)をデザインした街の顔となるアーチ

事業実施の背景

戦前は聖天さんの参詣道として大いに賑わい、心齋橋、九条新道、十丁目筋(現天神橋筋)とともに、大阪の4大商店街といわれた。しかし戦後はありふれた駅前商店街となり往事の賑わいは失われる。

都心人口の減少、流通構造の変化、消費者購買行動の変化に対応しきれず、商店街での集客数は減少する一方であった。個店だけの自助努力だけでは解決できない課題であり、商店街全体の魅力向上による活性化策が必要であった。

事業の概要

統一コンセプトによる施設整備事業

平成13年3月、老朽化していた街路灯39本、アーチ5基を新設。同年12月、街路330mをカラー舗装。全設備を「遊歩=UF0」に統一することで商店街の一体感を醸し出した。

「占い」による商店街活性化

・「占いイベント」:夏の夜店の一環として占い師21人を集めて開始した。女性が集まり始めその後各マスコミに取り上げられ、来街者が急増する。

・平成14年度:売れても占いCOM・・・占いに重点を置いたwebサイトを構築し、占いのイベント情報を発信することにより、集客増大を図る。

・平成15年度:売れても占い大楽・・・占いを勉強したいと言うお客さまの要望に応える形で、商店街の空き店舗を活用し、「売れても占い大楽」を開設した。体験型修学旅行コースとしての占い体験も行う。

事業の効果

施設整備事業

- ・老朽化していた商店街が美しく蘇り、来街者の好評を得た。
- ・ハード面整備に至るまでの調査、勉強会、専門家との意見交換は組合員の意識改革と自信になり、その後の商店街活性化の取り組みに役立っている。

「占い」による商店街活性化

- ・ 占いイベントは一過性で始まったが、今では占い館を常設するまでに発展し、毎日占いデーを開催するが、特に第4金曜日は占い師20～30人規模で商店街の路上で街占いをを行う。
- ・ 個店でも占いに因んだオリジナル商品開発に取り組み、また店独自のおみくじを発行し大吉と出たらビールを無料とする酒屋など、自店の売上増進を図る積極的な店舗が現れてきた。
- ・ 占いを目当てに来街する女性をターゲットにする飲食店等が空き店舗に出店するようになった。組合新会員が増え、この2年間で20店舗以上にも上る。廃業する店舗ができるのは避けられないが、新規に開店する店舗が多く、それをカバーし、かつ盛況であることは素直に喜んでいる。

事業の課題・反省点

- ・ 観光スポットとして強化を図りたい意向。阪神福島駅にある大手ホテルはUSJ観光客の宿泊拠点になっている。この立地も活かし、全国の旅行者、修学旅行生が訪れる全国区の商店街を目指す予定。
- ・ 占い関連商品を各店が出す「一店逸品運動」を全組合員に呼びかけている。占いイベントによる集客を個店の繁盛に結びつけたいのだが、どうしてよいのかわからない店舗もあり、何らかの対策を講じることが課題。
- ・ 平成16年春に、スタートさせた修学旅行生対象の「なにわ商人体験」は平成17年春だけで16校630人を受け入れた。予約もリピートを含めかなりの数になる。これ自身独立出来る事業となりそうであり強化していく意向。人気の秘密は地元特産品の実販売体験、人気鑑定士による手相教室、福沢諭吉翁生誕地ならではの商人訓話など3時間に濃い中身が凝縮されていること。

福島聖天通商店街

所在地	: 大阪府大阪市
会員数	: 135
商店街の種類	: 地域型商店街
関連URL	: 福島聖天通商店街振興組合 http://www.uretemouranaicom/



占いイベント（夜市も開催）風景



占いキャラクター「うららちゃん」R

「丹波篠山ブランド」の確立を図り、街をPR

！ ここがポイント

「ささやま工房 風花」の整備により、商店街の回遊性強化。カタログ等を通して、「丹波篠山ブランド」の確立を図り、街を全国的にPR。



ささやま工房 風花

事業実施の背景

篠山市は兵庫県中東部に位置し、篠山町・西紀町・丹南町・今田町の4町が合併した人口5万人弱の市である。(株)まちづくり篠山は篠山市の中心市街地の活性化を図るため、平成14年11月に設立された3セクのTMOである。

篠山は戦前より丹波地域の中核都市として、周辺町村からも買物客を集め、丹波最大の商店街として隆盛を誇っていた。しかし、モータリゼーションの進展や大型店の郊外出店等により、徐々にその地位が低下し、空き店舗が増加してきた。そのため、商業者の有志が「自分たちで何とかしなければならない」と立ち上がり、平成3年6月に「篠山町商業振興協同組合」を結成した。同組合では空き店舗の斡旋や「大正口マン館」の運営などを手がけ、閉鎖が検討されていた市営の宿泊施設「ささやま荘」をリニューアルオープンさせた。そして運営管理はすでに設立されていた有限会社クリエイトささやまに委ねた。組合のメンバーが中心となり平成14年に3セク

のTMO「株式会社まちづくり篠山」が設立された。

近年、PR効果もあり、篠山の観光資源を求めて篠山城趾やささやま荘に徐々に観光客が増え始めている。篠山城趾と地場産品館がある観光バスの駐車場を結ぶ街路に観光客が多く通行するようになり、商店街の東側店舗では日用品店から観光客目当ての土産店に変わった店も多い。一方、観光客の動線からはずれる西側は、人通りが少なく空き店舗も目立ち閑散としている。このため、商店街西側に集客施設を整備して回遊性を強化し、人の流れを作る必要性に迫られていた。

また、(株)まちづくり篠山では丹波篠山の特産品を全国的にPRすることによって、特産品の販売強化を図るとともに、篠山市の名を広め、遠方からの観光客を呼び寄せたいとのねらいがあった。平成15年度に独自の費用でカタログ作成を行ったが、その反応は期待以上に大きかった。

事業の概要

ささやま工房 風花（かざばな）

中心市街地商店街の二階町西方面への回遊性強化を図るため、下二階町の空き店舗を活用して平成16年9月に「ささやま工房 風花」をオープンした。建物は木造2階建てで、1階部分50坪あまりの店内で花や雑貨、委託品の販売等を行っている。園芸体験教室やBOXショップ（BOXごとのスペース貸し）も行っており、店内奥には喫茶コーナーがある。この喫茶コーナーや中庭を使って「バロック演奏会」や「ファッションショー」「ガーデンパーティー」等のイベントを開催している。また、中庭の奥には昔ながらの趣がある蔵が残されており、蔵の中では生活骨董品を販売している。

特産品カタログ販売

丹波篠山の特産品を全国的にPRして、本物しか売らない「丹波篠山ブランド」の確立を図るため、特産品のカタログ及びインターネットによる販売を行う。これが、本格嗜好の消費者に好まれるとともに来訪者の増加という相乗効果が図られている。また、歴史・文化やイベントも掲載して丹波篠山のPRを行った。作成したパンフレットは「黒枝豆パンフレット」(10万部発行、うち9万部はDM発送)、「丹波篠山特産品カタログ」(5万部発行、うち3万部はDM発送)の2種類で、各顧客や地元出身者、観光客及び市内の各商店宛に配布した。地元出身者へは「ふるさと回帰」、観光客へは「リピーター効果」をねらっている。

事業の効果

「ささやま工房 風花」によって、観光客のみならず30～50歳代中心に多数の地元客の集客があり、二階町をメインとする横軸の流れが増加し、動線強化対策の足がかりとなった。

また、カタログ販売事業では、平成15年に(株)まちづくり篠山の自費でカタログ作成したときと比べ、大幅に顧客への配布部数を拡大する事ができ、全国的に丹波篠山ブランド(黒豆、猪肉等)をPRすることができ、本市への集客効果が図られている。

事業の課題・反省点

平成17年度からは「ささやま工房 風花」の中庭等を活用した各種イベントを積極的に開催して集客を図りたいと考えている。また、カタログ販売を本市への来訪のきっかけになるよう、ホームページを充実させたい。

篠山市内15商店街等

所在地 : 兵庫県篠山市

会員数 : 15商店街等 390商店

(デカンショ通り、栄町、西新町、北新町、上河原町、下河原町、上立町、下立町、呉服町、上二階町、下二階町、本町、上西町、下西町、東岡屋)

商店街の類型 : 広域型商店街

関連URL : (株)まちづくり篠山

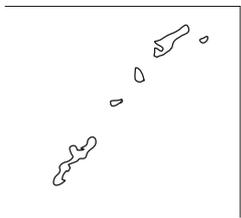
<http://tanba-sasayama.or.jp/tm/o/>



「ささやま工房 風花」物販コーナー



昭和レトロ再現イベント「あの頃の夕暮れ」



(6)中国・四国

鳥取本通商店街（鳥取県鳥取市）・・・・・・・・・・136

奉還町商店街（岡山県岡山市）・・・・・・・・・・138

呉市中央地区6商店街（広島県呉市）・・・・・・・・140

拠点施設「パレットとっとり」で賑わい復活

！ ここがポイント

新名所「わらい地蔵」やユニークな業種を集めた「商業テナント」などによる「新たな市民交流の場」が誕生し、商店街の賑わいが復活。

商店街等活性化事業の事例

鳥取県鳥取市 鳥取本通商店街



パレットとっとり外観

事業実施の背景

TM0 構想において、中心市街地活性化の重要拠点として位置づけられ、弥生町の地元銀行跡地に建設された、市民交流機能と地域商業機能を持った複合施設である。平成10年度の中心市街地活性化基本計画において「中心市街地活性化の起爆剤としての拠点形成事業」として位置づけられたのち、鳥取市による「弥生にぎわい拠点整備構想」の策定や市民政策コメント等、その設計、運営方針について、幾度の検討が試みられた。

15年度に鳥取本通商店街を事業主体として、TM0がそれを支援する体制で計画を推進することで、本格的に事業がスタートし、施設の竣工に至る。

事業の概要

「パレットとっとり施設概要」

所在地：鳥取市弥生町323番地

建物：鉄骨造鋼板葺陸屋根2階建

延床面積：2,526㎡

機能：商業テナント12店849㎡

駐車場13台

市民交流ホール388㎡

業種構成：食品スーパー・JA直売所・ベー

カリー・焼肉・韓国料理・あげもち

・回転すし・美容院・リラクゼーシ

ョン・ネイルケア・まつ毛ケア・占

い

イベント種類：文化講座・展示即売会

文化展示・音楽会・研修・調理実習

事業の効果

最寄品店舗や地場産品の店を誘致することで中心市街地への来街動機、頻度、利便性が高まりつつある。

年間利用者数・・・予定利用者34万人に対し
20%アップで推移

年間売上高・・・年間見込売上3億6千万円に
対し9%アップで推移

広域交流拠点としての賑わいを生み出す市民交流ホールは、市民企画イベントの実施、市民団体活動拠点としての「にぎわい回復」の契機となる。

年間ホール稼働件数・・・550件（平均1日
15件の利用件数）

パレットとっとり付近の8地点での通行量が平日・休日とも増加。

平日平均通行量で前年比8%増

日曜平均通行量で前年比5%増

事業の課題

特徴のある販売促進イベントで、テナントと商店街とさらなる連携強化を図り、継続的集客に寄与する。

商店街空き店舗対策により、商店街の魅力増進を図り、中心市街地のコア商店街としての役割を担う。

集客とにぎわいを生み出す回遊連鎖の要として、他の中心市街地交流拠点とのシナジー効果をより高める。



JR鳥取駅前の市街地マップ

鳥取本通商店街

名称：鳥取市本通商店街

所在地：鳥取市栄町401番地

組合員：65名



お客様でにぎわうコンコース



本通商店街の新名所「わらい地蔵」



市民交流ホールイベントの様

コミュニティー施設を拠点に連携を強化

商店街等活性化事業の事例

岡山県岡山市 奉還町商店街

！ ここがポイント

コミュニティー施設「奉還町りぶら」を拠点に、様々な人や団体との連携を強化し、事業を展開していくことにより商店街を活性化。



奉還町りぶら

事業実施の背景

奉還町商店街は、明治初期に池田藩の武士が、大政奉還により手にした奉還金を元手に店を興したのが始まり。価格が安くかつ庶民的な商店街として古くから栄えていた。岡山駅西口徒歩数分という好立地にあり、周辺には病院や岡山大学等の学校、国際交流センターなどが集積しており購買力のポテンシャルはありながらも、郊外への大型店の出店や、ライフスタイルの変化、消費者ニーズの多様化とともに商店街を取り巻く経営環境も厳しくなり、地盤沈下も顕著になってきた。

そのような中、昔ながらの井戸端会議をしながら商人と住民が、または住民同士がコミュニケーションや情報交換を図る“人に優しい商店街づくり”を推進する拠点として、コミュニティー施設「奉還町りぶら」を建設した。現在では、近隣にコンベンションホール、放送局やホテルが入居する再開発ビルが整備され、今後、さらに集客性・回遊性が期待される場所である。

事業の概要

設置の経緯

奉還町りぶらの場所は元々婦人服店であり、廃業後、商店街振興組合で買い取りを決定。当時、イベントの開催スペース不足に悩んでいた組合では、地元住民が立ち寄りやすくオープンスペースのあるコミュニケーションツールとしての施設建設を計画、平成9年に土地を購入、平成10年に建設着工、平成11年5月にオープンとなった。

施設の概要

延床面積 50834㎡

建設費 約1億7千万円

施設内容 4階建（ギャラリー、ポケットパーク事務所、ホールA～C）

利用時間は10時～21時まで。料金は2時間2千円。ただし、学生やボランティア団体等は無料。

施設の活用事例

1) 浪漫ティック奉還祭（7月最終土曜日開催）

奉還町りぶらでは、広場を活用した踊りやパフォーマンスを開催。また、学生との連携、国際交流を中心に商店街全体を活用したストリートイベントを開催することで、駅西地域を挙げてのイベントとなっている。

2) 学生との連携

平成15年からビジネス系専門学校「ビーマックス」と交流を開始し、生徒を講師に、店主らを対象にしたパソコン教室を開催。また、学生の発案で、子供から大人まで参加できるハロウィーン仮装コンテストを開催したり、商店街のホームページを作成するなど連携を強化している。

3) ファジアーノ岡山の応援の拠点

中国サッカーリーグに参戦しているファジアーノ岡山のサポーターが、応援活動の拠点として奉還町りぶらを使用。選手との交流イベントを開催している。

事業の効果

来街者の多様化

学生やボランティア団体の利用料を無料にすることで、それらの利用促進が図られ、商店街活動との連携も強化されることとなり、若者など従来と異なる来街者を呼び込むこととなった。

空き店舗の解消

積極的な活動事例が紹介されるなど、商店街のイメージアップが図られ、周辺町の野菜を販売するアンテナショップや福祉団体の出店等、商店街の空き店舗への出店が加速された。

商店街活動の活性化

奉還町りぶらという活動拠点をもつことで、その運用を手がける「おかみさん会」が組織化されるなど、組合の活動意識が高まり、積極的な事業展開が図られるようになった。

事業の課題

学校や団体との連携を強化しながら、イベントを中心とした活動は継続し、交流の幅は広がってはいるが、平成17年度岡山市店舗実態調査によれば、約7割が50歳以上の経営者であり、確実に高齢化を迎えている。さらに、後継者も約6割がいないとし、住居兼用の店舗も多いため、非店舗化、空き店舗化する潜在的可能性を抱えている。

また、岡山駅西口の再開発の効果による人の流れを商店街の来街者に結びつけるため、いかに奉還町りぶらを活用するかの仕掛け作りが必要である。



浪漫ティック奉還祭

奉還町商店街

所在地	: 岡山市
会員数	: 約100商店
商店街の種類	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.houkancho.com



奉還町商店街地図

！ ここがポイント

商店街の空き店舗情報を積極的に公開。女性タウンマネージャーらの活躍により、商店街を「買い物の場所」から「楽しい場所」へとイメージチェンジ。



中通商店街

事業実施の背景

呉市は、商店街の空き店舗対策として「呉市商店街空き店舗有効活用事業」を実施していたが、利用希望者が現れず、新たに効果的な空き店舗対策事業を検討していた。

呉TMO（商工会議所）では、平成15年、16年度の2年間に「まちおこし特別委員会」を設置し、防犯カメラの設置や学生イベントの支援などを実施し、にぎわいの創出に一定の成果を収めてきた。

しかし、呉TMOの業務は、呉商工会議所の職員が兼任で行っていたため、その活動がある程度制約され、機動性、柔軟性等において課題が生じていた。

このため、呉TMOでは、(独)中小企業基盤整備機構のタウンマネージャー派遣事業を活用し、平成17年度より専任のタウンマネージャーとして、中小企業診断士の資格を有する専門家の派遣を受けることとなった。

事業の概要

空き店舗対策事業

1) 「来てくれ店舗公募事業」(呉市事業)

呉市の中心地区で開業を希望する企業・個人から企画を募り、採用案件1件に100万円の報奨金を進呈。新規創業者に限らず、既存事業者の新規出店案件も応募可能

2) 不動産データベース(空き店舗情報)の構築

広島県宅地建物取引業組合の協力を得て、空き店舗データベースを構築。同時に、タウンマネージャーが賃貸物件を定期的に確認し、条件の良い賃貸物件は、「TMOおすすめ物件」として、優先的に紹介している。

3) 開業相談、支援活動

空き店舗対策事業の広報を強化し、開業希望者の相談、ビジネスプランの策定及び、資金調達を支援している。

さらに、TMOのネットワークを活用し、開業後の広報、販売促進を支援している。

女性リーダーの存在

呉TMOは、まちづくり活動の独立性を確保し、商店街だけでなく広く住民が参加しやすい組織として、「NPO法人タウンマネジメントくれ」を設立。女性タウンマネージャーがこのNPO法人の運営実務を担当している。呉市の場合は、「まちおこし特別委員会」の座長が女性であったこともあり、まちづくり活動の主要メンバーは女性マネージャーには抵抗がなかった。タウンマネージャーの実際の活動を見てみると、消費、流行に対する感性が高いなど女性ならではの特徴をうまく活用している。

事業の効果

前記の報奨事業や空き店舗情報のデータベースの構築等により、平成 17 年度中には、中央地区商店街において 18 店舗の新規開業があった。さらに、市民団体やボランティア団体、周辺企業、大学生、一般住民等による各種イベントの発掘、支援と、ネットワークを構築。以下の具体的事業を通じて、市民にとって商店街は「買い物をする場所」であるだけでなく、「楽しい場所」となるイメージが定着しつつある。

ウェディングパレード事業

呉カルタ事業

子供連れ歓迎飲食店MAP作成事業

VIVA! 呉 アートフェスティバル事業

RENGADORI PHOTO SESSION 事業

事業の課題

商店街のあるべき姿、今後目標などを明確にし、関係者間で共有する必要がある。

まちづくりNPOの機能強化

今後、各事業を推進していくためには、財政面を含め「NPO法人タウンマネジメントくれ」の運営を軌道にのせ、機能を強化していく必要がある。

広報の充実

商店街活性化への取組みは一定の成果を残しているが、それを明確に認知しているのは、まだひとぎりの住民にすぎない。より多くの参画者を得るために、あらゆる機会を使って、活動に対する理解を深める必要がある。

貸し渋り空き店舗への対策

営業を行っていないにもかかわらず店舗を貸していない物件が複数存在している。家賃の低減及び、貸し渋りに対して、家主の理解を得るための活動が必要である。

呉市中央地区 6 商店街

中央地区商店街

所在地 : 広島県呉市(中通商店街, 本通商店街, 市役所通商店街, 劇場通商店街, 花見橋通商店街, 三和通商店街)

会員数 : 305 商店

商店街の類型 : 地域型商店街

関連URL(呉TMO) :

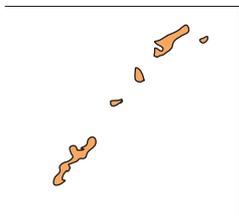
<http://www.kureccior.jp/tmo/tmo/index.shtml>



ウェディングパレード事業



若者に人気の古着ショップ



(7)九州・沖縄

飯塚市内 6 商店街（福岡県飯塚市）・・・・・・・・・144

NPO法人子どもの本屋ピピン（呉服町名店街）
（佐賀県佐賀市）・・・・・・・・146

諫早市内 3 商店街（長崎県諫早市）・・・・・・・・148

上乃裏通り（熊本県熊本市）・・・・・・・・150

中央通り商店街（大分県臼杵市）・・・・・・・・152

山下新天街商店街（宮崎県延岡市）・・・・・・・・154

訪れるたびに楽しさが感じられる商店街

商店街等活性化事業の事例

福岡県飯塚市

飯塚市内6商店街

！ ここがポイント

商店街サポーターズ会員募集中「いつも何かやってる商店街」おげんきデー、商店街ツアーなど様々なイベントを開催。

事業実施の背景

飯塚市の中心市街地は、郊外への大型店・専門店の出店や福岡都市圏との競合により、土日の来街者が減少傾向にあり、また、平成15年7月の集中豪雨による水害で空き店舗の増加が強く懸念されていた。

一方で、平成15年11月には吉原町再開発ビルである「あいタウン」がオープンし、中心商店街の回遊性の拡大に向け空き店舗対策によるテナントミックスを行うことにより、地域に不可欠な魅力ある商店街の形成と新規来街者の誘引を図った。

また、中心市街地が一体となって様々なイベント事業に取り組む事で「あいタウン」との回遊性も増し、土日の来街者増が期待できる。さらには、中高年齢者・環境問題などNPOや学生など様々な団体等と連携することにより、時代に即応した活性化事業の実施が可能になると思われる。

事業の概要

テナントミックス事業

商店街を一つのショッピングモールととらえ、空き店舗を活用し、商店街への新規来街者の誘引を図るため、新規事業者の出店を促進し、魅力ある商店街の形成を図るテナントミックス事業を実施。現在、4店舗が出店し、営業中。

イベント事業

商店街の強みである地域との交流を活かし、観光事業、歴史的な祭りと一体となり土日の来街者の誘因を図るため、次のイベント

を行った。

復GOセール「7.19 飯塚大水害復興感謝祭」/
山笠写真展 / 敬老会イベント / ぶらり市 / 年末年始イベント等 / 本町アーケードリニューアルイベント / 雛のまつり

商店街サポーターズ事業

地域住民を対象とした商店街サポーターズを結成し、消費者から様々な意見を取り入れ、消費者と合同でみんなの商店街、まちづくりを進める。主な取組みは、次のとおり。

商店街ツアーの実施 / 定期イベントの開催 / 空き店舗表示パネルの設置 / 商店街ぐるめマップの作成 / 商店街モニターの設置 / 商店街お店PRビデオ制作、上映 / 商店街サポーターズ情報誌フリーペーパーの発行準備 / 会員証の発行

吉原町地区再開発事業との連携事業

中心市街地活性化の核的存在である商業ビル「あいタウン」と商店街との回遊性を図り、郊外への流出を阻止するため、イベントの相互利用や広報活動を行った。また、あいタウン駐車場90分無料化が消費者に浸透し、商店街との回遊にも貢献できた。

大学生、NPO等と連携した活性化事業

大学生、NPO団体等と連携したまちづくりの一環として、空き店舗や広場を活用し、気軽に事業活動を行ったりできるスペースの確保を図り、地域に不可欠な商店街として地域住民の認識を高める事業を実施した。主な取組みは、次のとおり。

大学祭MONTH開催式 / 嘉穂劇場との連携イベント / 小さな子供のための広場「キッズスペース」の設置 / イベントへの相互参加

事業の効果

テナントミックス事業

平成12年度からの空き店舗対策事業として定着しており、入居希望者等問合せも多い。また、一目で空き店舗の情報がわかる「空き店舗表示パネル」の作成により、入居促進が図られ、空き店舗入居者の定着率は全国的に見ても高くなっている。

イベント事業

商店街の強みである地域との交流を活かしたイベント開催した結果、消費者にとってより身近で、楽しめる商店街であることが認知された。

事業の課題

テナントミックス事業

各商店街の特性にあった業種・店舗が配置されるか、また、長期的に店舗営業が行われるか等が課題。

イベント事業

集客できる売り出しや企画性に富んだイベントの開催回数を増やし、いつも何か楽しさを感じられる商店街づくりを目指すことが課題。

また、本町商店街が独自で平成17年から年金支給日に合わせて実施しているおげんきデー（偶数月の15日）を全商店街で実施し、健康相談など高齢者を対象としたイベントを開催し、お年寄りに優しい商店、商店街を目指すことが必要。

商店街サポーターズ事業

対象を絞った商店街ツアーの実施、モニターを活用した店舗紹介ビデオの制作、上映等により会員の獲得、ひいては商店街への顧客流入につなげていくことが必要。

他事業・他団体との連携事業

若者にも楽しんでもらうため、また、事業を広く市民に理解してもらうため、市内にある3つの大学の学生やNPO等との連携の強化を図ることが課題。

飯塚市内6商店街

所在地 : 飯塚市

会員数 : 6商店街382商店

(本町商店街、東町商店街、永楽町商店街、昭和通り商店街、吉原町商店街、新飯塚商店街)

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL : <http://www.ezuka-mall.com/>



！ ここがポイント

空洞化が著しく進む中心商店街の空き店舗へ店を誘致するにあたり、進出するNPO と市の職員が協力して店舗改装を実施。

事業実施の背景

佐賀県内唯一の、子どもの本の専門店を運営していたNPO「ピピン」が、拠点としていた住宅街の店舗から立ち退きの通告を受けたため、佐賀市の街づくり推進課に相談に来た。

街づくり推進課では、子どもの本を専門に扱う本屋を誘致することは、中心市街地の活性化に大いに貢献すると判断し、空き店舗の家主との交渉を行った。

結果として、街の活性化に非常に協力的な家主と出会うことができ、極めて安い賃料での交渉が成立し、「ピピン」が中心市街地に進出することになった。

事業の概要

手作りの店作り

もともと、子どもたちに良質な本を提供したいという思いで立ち上げたNPOであったため、店舗の改装費用等に費やす経費は持っていない。相談を受けた職員は、店舗の改装を手伝うことにした。

補助金を使っただけの空き店舗対策もいろいろあるが、労力を提供する形の空き店舗対策事業もあっていいだろうと考えた。

たまたま、大工仕事得意な職員がいたということもあって、店舗の改装作業が始まった。

店づくりがつくる、街のコミュニティ

実際に、店舗の改装を始めると様々な効果が目に見えて出てきた。まず、手伝いを頼んできた「ピピン」のスタッフも一緒に作業を始めた。

補助金をもらって建設業者を使った場合、こうはいかなかっただろう。

次に、街づくり推進課の職員が店舗の改装をやっているということで、商店街の人たちが、次々に現場を訪れた。

「ピピン」に期待する街づくり

みんなの手によって、「ピピン」は、平成18年5月7日に引越しを終え、13日にオープンした。街なかに出てきた「ピピン」は、子どもの本の専門店としてだけでなく、中心市街地のマンションに住みながら街なかを歩かない若い親子と街との出会いの場として、中心市街地のお年寄りとも子どもたちとのふれあいの場として、そして子どもたちの成長を見守る場所として活躍してくれると期待されている。

事業の効果

やればできる

今回の事業において、職員やNPOの奥さんたちが特殊な技能を持っていたわけではない。みんなが持っていたのは、何とかしたいという気持ちだけである。

人のネットワーク

店舗の改装をするにあたって、昨年10月に合併したばかりの町の森林組合から、地元産の木材を安価で提供してもらった。

街づくりにおける人のネットワークの重要性を痛感した。

地域コミュニティの拡大

「街づくりは人づくりから」とよく言われる。

今回の事業を通じて、中心市街地から、いつのまにか地域コミュニティが消えてしまっていたということに気づいた。人が集まる理由も、きっかけもなくなってしまっていたのだ。こうした中、行政の職員が街の人と一緒に何かに取り組むことが、地域コミュニティの再生に貢献し、ひいては活性化の足がかりになるということがわかった。

地域連携の拡大

「ピピン」を誘致した空き店舗は、佐賀市の中心市街地の中でも最も空洞化が著しい地域にある。市では、隣接する道路を沿道の人々の協力を得て、3年がかりで歩きたくなる道路のモデルケースとして整備してきた。当初は反対者が多かったこの地区の人たちが、今では「ピピン」の開業を心待ちにしているという。道路のモデルケースとしてだけでなく、地域コミュニティ拡大のモデルケースとしても期待したい。

事業の課題

事業に対する理解

行政というと、金を出すのが、労力を出さないのが普通。ましてや、朝から作業服で大工仕事をするのと「街づくり」を関連付けるのは、内でも外でも、まだ若干違和感があるようだ。

行政内部や街なかで、こうした行動への評価が得られるには、もうしばらく時間がかかるかも知れない。

郊外大型店対策

佐賀市の中心商店街の空洞化は、尋常ではない。平成12年、平成15年の大型店の立地に続き、平成18年中にも大型店がオープンする予定があり、中心商店街は壊滅的な打撃を受けると思われる。

NPO 法人子どもの本屋ピピン

所在地 : 佐賀市呉服元町7 - 18
 沿革 : 2003年3月子どもの本専門店として開業
 2006年5月13日移転オープン
 関連URL : <http://www.bunbun.ne.jp/~pppin/>

呉服町名店街

所在地 : 佐賀市
 店舗数 : 41店舗
 商店街の種類 : 地域型商店街



店舗の改裝作業風景



オープンした店内



歩道から見たピピン

商店街に不足業種公募型共同店舗を設置

！ ここがポイント

商店街自らが大型店の撤退後の跡地に不足業種公募型の共同店舗や市民のまちづくり活動をサポートする施設を整備。

事業実施の背景

平成16年9月、アエル中央商店街の核店舗であった大型店が、平成17年2月の撤退を表明したため、直ちに商店街とTMO、諫早市は、対策協議会を立ち上げ、大型店撤退後の対策について検討を進めてきた。

当初は、既存の建物を活かしてショッピングセンターを誘致することを考えたが、築30年以上経つ老朽化した建物では、ランニングコストの面からも経営が厳しいことがわかった。

このため、いくつかの案の中から、商店街が事業主体となって街区に不足している業種の充足と、以前から消費者からの要望が強かった無料駐車場の設置を優先して建設することとなった。

用地については、賃貸借交渉等に相当の期間を要するものと予想したが、地権者のまちづくりに対する意識が高く、全面的な協力が得られたため、異例の好条件で契約をすることができた。

また、これまで地元大学や市民団体とまちづくりに係る共同事業を行う中で、活動のための拠点施設のニーズがあったことから、まちづくりに関わるグループが集い、交流できる施設として「まちづくり工房」を設置することとなった。

事業の概要

不足業種公募型共同店舗及び駐車場の設置街区に不足する業種を公募することによ

て、商店街に不足する業種の充足を図り、地域商業者で共同店舗と消費者からの要望の強い無料（時間制限）駐車場を設置する。

まちづくり工房の設置

市民のまちづくりへの参加を誘引し、実践的に種々のまちの活性化策を創造していく場として、共同店舗2階に「まちづくり工房」を併設し、永続的に市民のまちづくり活動をサポートするとともに、共同店舗との相乗効果による来街者の増加も図る。

共同店舗等の運営推進事業

共同店舗や駐車場、まちづくり工房の運営を円滑に行うために、専門家の助言・指導を受けるほか、関係書類の作成を委託する。

賑わい創出イベント事業

工事期間中に商店街に賑わいを創出するためのイベントを実施する。

事業の効果

大型店の撤退により、街区に不足することとなった業種が充足されるほか、待ち望まれた無料（1時間）駐車場の設置や市民のまちづくり活動の拠点が創出され、商店街の賑わい再生効果が期待できる。

また、事業の経過から生まれた効果として、大型店の閉店からわずか1年余で（平成18年5月末の完成）新たな商店街の核となる商業施設の建設を商店街が一丸となって取り組み、話し合いを重ねたことにより商店街内の意思統一が図られ、組織の風通しと結束力が高まった。

諫早市内 3 商店街

所在地 : 諫早市
 会員数 : 3 商店街 1 1 4 商店
 (栄町商店街、本町商店街、竹の下通り商店街)
 商店街の種類 : 地域型商店街
 関連URL : <http://www.sahayaccicom/>

工事期間中の賑わい創出イベントとして、商店街の専門性を活かした「匠の市」は、多くの集客と手ごたえを得ることができ、参加店の専門店としての自信の回復につながった。「匠の市」の成功を機に、活動が停滞していた商店街組合の女性部の活動が活発化し、商店街活動に女性の意見が反映されることとなった。

さらに、マスコミ報道やイベントの実施を通じて、事業のPRを行ったことによって、コーポラティブマーケット「アエルいさはや」事業に対する市民の期待が集まると同時に、中心市街地活性化に対する関心も高まりつつある。

事業の課題

コーポラティブマーケット「アエルいさはや」は、商店街が設置する共同店舗であるため、運営についても組合で協議しながら事業推進を行うこととなる。

しかしながら、組合内にはショッピングセンターとしての共同店舗を戦略的にマネジメントできる専門性を有していないため、外部専門家の指導・助言を受けながら安定経営を図っていかねばならない点が課題となっている。

このため、今後はショッピングセンターの経営ノウハウを持つ人材の発掘や採用により、魅力あるショッピングセンターとしての機能をハード、ソフト面から継続的に行う必要がある。

匠の市（専門店による傘の無料修理）



匠の市（フリーマーケット）



！ ここがポイント

民間事業者が、所有者及び出店者のニーズをマッチングすることで、木造古家の再生・活用を実現。新たな魅力で街を再生。

事業実施の背景

熊本市の中心商店街・上通から東へ約100m離れた「上乃裏通り」は、車1台がやっと通れるような路地裏で、以前は、老朽化した築100年以上の木造建物が多く、商業地としての価値は低い地域であった。また、「防犯地域」「準防犯地域」のために、鉄筋建てが建直しの条件となり、所有者は、新築コストがかかるため、古い建物を放置するか、取り壊して駐車場にして活用していた。

このような中で、1987年、県内から移築してきた「繭蔵」を改装したビアレストラン「吉乃倉庫」がオープン、古い蔵を活用した独特の食空間が評判となった。これを契機に、中心商店街に比べ地価や賃料が安いこともあり、若者を中心に上乃裏通りへの出店ニーズが高まり、この改装を手掛けた工務店経営者は、多くの若者たちから創業の相談を受けるようになった。また、工務店経営者は、古い建物が次々と取り壊され、「古いもの」や「裏通りの魅力」が失われていくことを危惧して、所有者に「建物を捨てるのではなく、再生すること」を働きかけた。所有者からの再活用に関する依頼も増えていった。

事業の概要

工務店の経営者が、所有者及び出店者の双方に利益をもたらすため、それぞれ個別・詳細に打合せを行い、最も適した手法により再生を実現している。

借地で旅館業を営み経営不振から廃業を覚悟した経営者の場合は、資金面の目途をたてるために、段階的に改修することで再生を実現。建物を壊すと収入の道が絶たれたが、旅館跡には、レストランや衣料品店など5店が入居。毎月の賃料収入を生み出す「優良資産」へと再生されている。

所有者は、駐車場よりも多くの家賃収入が見込めるようになり、また、新築よりも建築費が割安なため、比較的安い賃料の設定が可能となる。

また、出店者に対しては、工務店経営者が、出店コスト削減のために、デパートの改装などで発生した廃材・什器等を無償で提供するほか、経営面についても指導・助言を行い、お金は無くともやる気のある若者の出店をサポートしている。

事業の効果

1987年のビアレストランのオープンを契機に、所有者、出店者を巻き込む「面」としての「大きな」波及を実現した。現在は、古い民家や旅館など70の木造建物がお洒落に再生され、自然発生的に、飲食店、古着屋、雑貨店、ブティックなど約100店舗が集積。通り全体として、「古さと新しさが融合した独特の雰囲気」のある空間を形成している。

上乃裏通り

所在地 : 熊本市
商店数 : 100商店
商店街の類型 : 地域型商店街
関連URL : <http://www.manyou-kumamoto.jp/>

事業の課題

上乃裏通りでは、古い木造建物を再生することで、中心商店街に比べると比較的安い賃料での入居が可能となり、自然発生的に若者などの個性的な店舗が集まってきた。しかしながら、最近では、通りの価値が高まってきたことから、古い建物を取り壊して新たなテナントビルに建替えるケースも出てきている。今後も、通りの雰囲気を持続し、魅力ある店舗の集積を図るために、建物の保全について、所有者の理解と協力を得るための仕組みづくりが課題となる。



(蘭蔵を改装したピアレストラン)



(魅力ある商業集積)



(旅館跡リニューアル)

いにしへの刻が薫る街に生まれ変わった商店街

！ ここがポイント

歴史のある街並みを残した景観形成とチャレンジショップによる活力ある商店街とまちづくり。

事業の背景

臼杵石仏で有名な大分県臼杵市は、中世の時代に城下町が形成され、南蛮文化に彩られた国際都市として発展した。現在も武家屋敷や町屋、寺院などが立ち並んでおり、江戸～昭和初期の雰囲気の色濃く残している。県都大分市に隣接しながらも、これまで造船業を軸に醸造業、商業などが栄え、県南の中心都市としての役割を担ってきた。人口約4万4千人の都市である。

臼杵市中央通り商店街は、市の中心市街地の中心部に位置し、直線約320m、組合員数46店舗の近隣型商店街である。周辺には稲葉家下屋敷、野上弥生子文学記念館、二王座の町並み等歴史・文化等の資源があり、商業と観光の中心地となっている。



寺院や武家屋敷が立ち並ぶ二王座歴史の道

事業の概要

アーケード撤去及び街並み整備

平成5年、商店街では、完成後20年が経過している老朽化したアーケードのドーム化を総会決議していたが、一転して街並み景観に合わせた店舗改装とするためにアーケードの撤去を決めた。

商店街の再生として臼杵らしい街並みとの調和を図ることで、個々の店の外装改修を平成12年から平成15年度までに18店舗が着手。平成16年度も5店舗が実施。

また、平成14年10月にアーケードを撤去した。



(リニューアル前)



(リニューアル後)

商店街が取り組む、地域商業魅力アップ総合支援事業（店の改装、アーケード撤去）商業基盤施設整備事業（街路灯、モニュメントの設置）と平行して中心市街地活性化の観点から、街並み環境整備事業（電線類の地中化、石置の敷設）等のハード面の整備に取り組んだ。具体的には、統一的な外観を整備した。

また、中心市街地としての機能を高めるため、商店街地域周辺に臼杵ケーブルネットワークセンター、臼杵ふれあい情報センター、市民・観光客の交流の場「サーラ・デ・うすき」等の施設を平成13年度から14年度にかけて整備した。

平成15年4月アーケードの撤去及び街路灯、モニメント、石畳等の整備が完成したことにより、商店街リニューアル完成式典を開催。新生商店街としてのスタートと顧客からの愛着を高めるため、商店街の愛称を募集した。約1,000通の応募があった中、「八町大路」に決定した。「八町大路」とは、商店街周辺に八つの町があるが、その中の中核として都大路のように多くの人が行きかう大路であって欲しいという命名者の願いが込められている。

チャレンジショップ

リニューアル事業による商店街のイメージアップとともに、空き店舗の解消やテナントミックス等商店街の機能向上を目指し、商店街に不足する業種・業態店をチャレンジショップ事業により募集した。

リニューアル事業でまちの調和が図られたことにより、以前と比べて観光客等の来街者が増加したこともあり、応募者は独立開業を目指す意欲ある者の他、臼杵の情報発信やまちのコミュニティの場として出店を希望する地元企業の応募があった。募集8店舗に対して11件の応募があり、特産物や土産品を取り扱う「まちや八町」や臼杵の風景画の展示販売とコミュニケーションスペースを提供する「アトリエ^{かぎや}鑪屋」等、7店舗の出店を決定した。

事業の課題

周辺の整備等と調和を取りながら、観光型と近隣型商店街としての融合を図る中での街づくりとしての整備が進んでいるが、観光人口を増やす事に重点を目指すのではなく、対象は地域のお客さまから支持される再生であり消費人口の増加を重点に取り組んでいる。

商店街青年部の連携はよく取れているので、青年部を中心に、地域のお客さまを対象に人が集まり、にぎわいを創るために、今年4月から毎月第1土曜日に幟(のぼり)市を実施しているが、まだまだ課題は多く商店街に少しでも人通りを多くするために、さらに行動する必要がある。

中央通り商店街

所在地	: 臼杵市
会員数	: 49 商店
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.5ocn.ne.jp/~usukicc/



(いにしえを感じさせるチャレンジショップ)

市民のまちづくり参加のための拠点を設置

商店街等活性化事業の事例

宮崎県延岡市 山下新天街商店街

！ ここがポイント

空き店舗やアーケード等を活用したまちなかでの市民の活動を促進し、地域コミュニティの形成による「夢・心・感動のあるおせったいのまち」づくり。

事業実施の背景

大型店の相次ぐ閉鎖により、まちなかでの消費者の利便性、快適性が失われる中、山下新天街の全蓋アーケードを生かした定期市の開催をはじめ、市民のまちづくりへの参加を促進することで、回遊性、賑わいを創出する必要性が高まってきた。

そのような中、多目的トイレを備えた交流サロンや広場整備にあわせ、交流拠点施設として空き店舗を活用して「イベント工房」や子育て支援施設「キッズホーム」を設置し、学生や市民団体等に無料で貸し出しを進めた結果、新たな市民のまちなかでの活動促進につながった。今後、様々なイベント開催や活動促進などの更なる展開により来街者の増大や賑わい、商店街の活気の創出が期待できる。

事業の概要

定期市「延岡門前市」の開催

平成14年4月から、毎月1日・11日・21日の3回開催、山下新天街の全蓋アーケード内で野菜、海産物、生花、だんご、お菓子をはじめ、商店街のワゴンセールを実施。現在、63店が出店しており、「延岡門前市」開催日の通行量は平日の約1.5倍となり、全体7割が女性客で、56%が高齢者、近隣から9割で、すっかり地域住民に定着している。

空き店舗を活用した市民・学生の活動拠点設置

- ・イベント工房（延岡市TMOが借上げ、無料で貸出）

農業高校、海洋高校の農水産加工品をはじめ新鮮野菜や卵などを販売する「高校生の実習店舗「和」や大学生の店「WAKABA」など、学生のまちなか活動の場として利用促進を図っており、商店街に若い声が響き渡り、まちの活気・活力の源になり、また、話題性があり多くの消費者が来街するようになった。

・キッズホーム

子供一時預かり事業、相談・指導事業、子育てサークル活動支援事業などの子育て関連事業、各種講座（パソコン講座、フラワーアレンジ講座）やイベント開催を組み合わせたコミュニティビジネスモデル事業を実施。これまで商店街利用が少なかった主婦層を中心に利用者が増加している。

・のびっこ広場

保育園主催の「子供祭り」、高校生文化祭、子育てサークルの「フリーマーケット」などの会場として利用が進んでおり、市民の憩い・集いの広場として拠点が高まっている。

コミュニティ空間づくり

全蓋アーケードを活かして大師祭りや50年の歴史を持つ「七夕まつり」、延岡門前市などの市を代表するイベントを開催し、賑わい、回遊性向上につなげている。今後、建替えを機に、アーケードの市民の利用促進を図り、コミュニティ空間づくりを目指すこととしている。

事業の効果

市民活動拠点づくり

全蓋アーケードを活用した七夕まつりや延岡市門前市、高校生文化祭など市民参加イベントが活発化し、活性化の基盤づくりが進んでいる。

コミュニティ空間づくり

高齢者の憩い・交流の場、学生を中心とした実習・活動の場として定着してきており、商業者を含めた地域コミュニティ空間として役割を担っている。

地域のへそづくり

商業者の意識や市民のまちづくり参加意識が高まったことで、当地域が「地域のへそ」として、また、アーケードが「まちのシンボル」としての醸成が図られ、建替えに向けたコンセンサス形成が進んだところである。

事業の課題

商店街との連携強化・体制整備（外部人材活用）

商店街の活性化、市民のまちづくり活動など、まちなかでの活動を一体的に調整・推進し「まちの再生」を図るため、専門の人材を配置する必要がある。また、相乗効果を周辺商店街に波及させるため、商店街間の連携強化も必要である。

空き店舗・空き地利用の促進

商店街の賑わい、回遊性を向上させながら、不足業種の解消を図るため、空き店舗への新規出店を促すとともに、様々なイベント開催や商業施設の建設を促進し、空き地利用を進め、魅力ある商店街づくりが必要である。

アーケード建替えの実現

老朽化の著しい全蓋アーケードは、まちのシンボルであり、「おせったい」を基調に自然光を取り入れた明るいショッピングモールとして、利便性、回遊

性のある商店街に生まれ変わるためアーケード建替を推進する。また、生活者の視点に立った質の高い生活空間形成により、市民から親しまれる中心商店街としての再生が急務となっている。

山下新天街商店街

所在地 : 延岡市

会員数 : 52 商店

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL :

<http://www.nobeoka.info/shotenga/ymasita/>



(延岡門前市)



(商業高校文化祭)



(のびっこ広場子供祭り)



(キッズホーム)



3 まちづくりと一体なった商業活動

にぎわいあふれるまちづくりに向け、商業者のみならず、まちづくりの核となる様々な事業主体がどのように連携し、どのような事業を行っているか等について掲載しています。

江差町歴まち商店街（北海道江差町）	・ ・ ・ ・	160
小樽運河周辺商業集積（北海道小樽市）	・ ・ ・	162
青森市新町商店街（青森県青森市）	・ ・ ・ ・	164
青梅市内 8 商店街（東京都青梅市）	・ ・ ・ ・	166
(株)まちづくり三鷹（東京都三鷹市）	・ ・ ・ ・	168
(株)飯田まちづくりカンパニー（長野県飯田市）		
	・ ・ ・	170
(株)まちづくり長野（長野県長野市）	・ ・ ・ ・	172
(株)黒壁（滋賀県長浜市）	・ ・ ・ ・	174
彦根市内 6 商店街（滋賀県彦根市）	・ ・ ・ ・	176
京都市伏見区商店街（京都府京都市）	・ ・ ・ ・	178
神戸市内 1 1 商店街等（兵庫県神戸市）	・ ・ ・	180
水木しげるロード周辺商店街（鳥取県境港市）		
	・ ・ ・	182
松江天神町商店街（島根県松江市）	・ ・ ・ ・	184
豊後高田市内 8 商店街（大分県豊後高田市）		
	・ ・ ・	186
オーバルパティオ（宮崎県都城市）	・ ・ ・ ・	188

歴史的・文化的遺産を活かした商店街づくり

！ ここがポイント

歴史的・文化的・人的資源を生かし、「守り」「育て」「創る」まちなみ整備と商店街活性化。



「壺番蔵」でのライブコンサート

事業実施の背景

江差町は、北前船とにしん漁で賑わい、北海道の中でも古くから商業の町として繁栄していたが、北海道経済の中心が札幌に移るにつれ、町は次第に衰退していった。

しかし、栄華の名残として下町地区に数多くの問屋、町家、蔵、商家、寺社等の歴史的、文化的遺産が残されている。この美しく貴重な景観を後世に永く伝え、また訪れる人が心の安らぎを感じることができるまちなみとして、「いにしえ街道」の整備を進めた。

このハード面での整備と同時並行で、商業活性化として、「歴まち商店街協同組合」の十数年にわたる努力により、各種イベントを実施し、元気でがんばる商店街づくりを行っている。

<経過>

- 平成元年 北海道戦略プロジェクト「歴史を生かすまちづくり事業」の「歴史を生かす街並み整備モデル地区」に指定
- 平成3年 「景観形成デザイン委員会」発足
- 平成4年 「歴まち商店街組合」設立（任意団体）
- 平成5年 「いにしえ夢開道」のイベント開催開始
- 平成8年 「江差町歴まち商店街協同組合（法人格）」商店街として、本格的な近代化事業の取組開始
「ふるさと江差の街並み景観形成地区条例」制定
- 平成10年 「歴史のまち宣言」

平成12年 「江差町中心市街地活性化計画」策定
中心市街地を4ゾーンに区分けし、それぞれの地区の特徴を生かしながら一体的な商業活性化を目指す。下町地区は、歴まち事業を柱として、集積区域整備事業を実施してきた。

平成15年 「壺番蔵」を拠点とし、歴まち商店街協同組合が管理運営を実施

平成16年 「江差朝市・新鮮組」開催

平成17年 「いにしえ街道」オープンフェア開催

事業の概要

地区内に存在する歴史的・文化的・人的資源を生かし、「守り」「育て」「創る」を意識しながら、数多くのソフト事業を展開している。

「いにしえ夢開道」

平成5年より「職人芸が生きる工芸品と食」をコンセプトに「いにしえ夢開道」（春、秋）を街路内で実施している。

CI活動

ペン画家の唐澤照文さんによるイメージキャラクター「夢作」誕生、現在では各店主をイメージしたキャラクターも作成。干支を題材にしたマスコットも作成している。

町民野外劇「江差幕末物語」の実施

幕末の榎本武揚、土方歳三を主役に「開陽丸」が江差沖に沈んだことをテーマに演じられている。

「壺番蔵」を利用したライブコンサートの実施

毎回多彩なゲストを招いたライブコンサートの実施。

年末年越しイベントの実施

「壺番蔵」で餅つき、年越しそば、「切声」等のイベント開催。

北前の道ウィンドギャラリーの実施

地区内の一般家庭、商店によるウィンド展示。

旧檜山郡役所前での夕焼けコンサートとピアガーデン

日本海に沈む夕焼けを背景に地元中学生のブラズバンドの演奏と手作りピアガーデンの実施。

「夢作宣伝社」(ちんどん屋)

商店街組合員によるイベントPR事業の実施。

「江差朝市・新鮮組」

平成16年から、姥神神社前広場で5月～10月まで、第1、3土曜日に朝市を開催、15、6件程度の出店により、地場産の活イカや新鮮な野菜等が並ぶ。商工会青年部も、朝市集客企画(クワガタ虫プレゼント)や、オリジナル商品「江差産寒のりラーメン」等を朝市で販売し、好評である。

事業の効果

「いにしえ街道オープンフェア」は、人口1万人の江差町に1週間に約6万5千人の人を集めた。住民参加型の企画も多く、町人には和服姿での参加を呼びかけ、「江差沖上げ音頭」「江差餅つき囃子」「江差追分」などの郷土芸能が披露され、郷土料理の屋台や朝市は、観光客でにぎわった。

「歴史を生かすまちづくり」の先進地視察が、数多く訪れるようになっている。

地元小学生による「写生会」や、修学旅行の受け入れの実施により、歴史・文化や地域の景観に対する総合学習の場を提供している。

各種イベントを活用した商店街活性化事業は、地元住民に定着している。朝市についても、「朝市なら地元の活イカが手に入る」と評判になっている。

事業の課題

「いにしえ街道」の整備は、道路拡幅事業と同時並行で実施されてきたが、移転補償費等での困難な事例や、商店の閉鎖により空き地となってしまった土地や、今まであった生鮮食料品店や本屋が「いにしえ街道」内から移転してしまったケースもある。今後更なる商店街の魅力向上のために不足業種の出店が望まれる。

また、地元住民と観光客双方をターゲットとした商店街づくりを目指すため、地元住民が観光客と一緒に楽しむことが出来るような商店街活性化事業を地元住民自身が企画し実施していく体制作りが課題である。

江差町歴まち商店街

所在地	: 檜山郡江差町
組合員数	: 27名
商店街の類型	: 近隣型商店街
関連URL	: http://homepage1.nifty.com/esashi



江差町歴まち商店街



行列の出来る「江差朝市・新鮮組」

小樽運河周辺の歴史的建造物を活かした商業集積

！ ここがポイント

小樽運河周辺の歴史的建造物とその街並みを保全し、石造建造物を商業施設として再活用を図りながら、にぎわいづくりを推進。



多くの観光客で賑わう小樽運河

事業実施の背景

小樽市は、北海道西海岸のほぼ中央に位置し、天然の良港と豊かな自然環境に恵まれたまちで、港を核として、商工業・金融・海陸輸送などの面で大きな役割を果たし、歴史と伝統を継承しながら、北海道の拠点として発展してきた。

小樽経済の最盛期は、大正末期から昭和11年頃であり、小樽運河も大正12年に国内唯一の海岸沖合埋め立て方式で完成している。

その後、北海道経済の中心が札幌へ移転し、小樽は高度成長期の発展から取り残され、小樽運河もその使命を終え、運河周辺には過去の小樽の繁栄を物語る重厚な木造石造りの倉庫群、商社や銀行などの歴史的建造物が数多く残された。

こうした中、昭和41年に交通渋滞解消策として、運河全面埋め立ての都市計画決定がなされ、工事が進捗する中で、運河保存を訴える市民運動が起こり、運河の埋め立てか保存かをめぐる「小樽運河論争」が始まった。

10年以上の議論の末、最終的に昭和61年

運河の幅の半分を埋め立てて道路とし、残りは御影石を銀杏模様に敷き詰めポケットパークの配置やガス灯がともる散策路として整備された。

事業の概要

小樽運河周辺再生

再生された小樽運河は、小樽のシンボルとして定着する一方、運河周辺には昭和58年頃から、民間資本による新しい投資が活発に行われている。古い石造倉庫の再活用や歴史的建造物と調和したデザインの建物が新築され、ガラス工房やレストラン、寿司屋、地ビールなどが次々と誕生し、往時の賑わいを取り戻している。

石造り建造物、木骨レンガ造り

とりわけ、昭和58年に、明治の石造建造物の旧木村倉庫を店舗として再活用した「北一硝子三号館」の開業をきっかけとして、石造り建造物が次々に商業店舗として再活用されるようになり、現在、北一硝子関係の店舗だけで、18店舗も集積している。

このほか、明治の木骨レンガ造の建物を活用したオルゴール館や明治29年創業の現存する北海道最古の時計店、コンプ専門店の展開など個性豊かな店舗が集積し、活況を呈している。

屋台村「小樽出抜小路」

また、平成17年には明治・大正時代の雰囲気伝える屋台村「小樽出抜小路」が「地産・地消・地人」をテーマに22店舗でオープンし、新たな飲食施設として、多くの市民・観光客が訪れている。

行政の取組

行政では昭和58年に北海道で初の「小樽市歴史的建造物及び景観地区保全条例」を制定し、歴史的

景観保全の取り組みを進めるとともに、「小樽市都市景観賞」を設け、都市環境の向上とまちづくりへの市民の関心を高める取り組みを行っている。

また、運河に面した歴史的建造物「旧小樽倉庫」を取得し、博物館や観光物産館「運河プラザ」として活用している。

事業の効果

小樽運河周辺は、今や小樽の基幹産業である観光のシンボルとして大きな役割を果たしている。

年間約750万人の観光客が訪れ、観光産業は小樽経済に大きな効果をもたらしている。

また、最近の観光動態として、小樽をロケ地として公開された映画「ラブレター」などの影響により、韓国や台湾などの東アジア圏を中心に外国人観光客が増加するなど、国際的な観光スポットとしても注目を浴びている。

一方、運河周辺は、観光の閑散期の新たなイベントとして平成11年から毎年2月に開催されている「小樽雪あかりの路」のメイン会場として、運河の水面に浮かべた浮き球キャンドルや散策路に設置したスノーキャンドルが訪れる人々を魅了し、期間中約50万人の来場者を集めている。

事業の課題

小樽運河周辺は、小樽の観光に大きな役割を果たしているが、小樽観光の課題である宿泊滞在型への移行のために、観光客の多様なニーズに対応できる受け入れ体制の整備とともに周辺施設のさらなる魅力の向上を図る必要がある。

特に、北運河は運河創建時の幅40mの水路のままであり、旧日本郵船小樽支店などの周辺施設との回遊性を高めることにより、小樽観光の質的向上に大きな役割を果たすことが期待される。

小樽運河周辺商業集積

所在地	: 小樽市
会員数	: 運河周辺商店約100店
商店街の類型	: 広域型商店街



石造り倉庫を利用した「北一硝子」館



ノスタルジックな「小樽雪あかりの路」

「福祉対応型商店街」を目指して

商店街等活性化事業の事例

青森県青森市

青森市新町商店街

！ ここがポイント

コンパクトシティ構想の下、にぎわいあふれる「福祉対応型商店街」に向けた取組み。



事業実施の背景

新町商店街はJR青森駅から1kmほど広がる商店街で、青森市の中心市街地として発展してきたが、昭和63年の青函連絡船の廃止により駅前からの人通りが急減した。

また、モータリゼーションの進展や居住人口の郊外シフト、病院や図書館といった主要集客施設の移転なども中心市街地の衰退の一因となっていた。

こうした中、新町商店街では、「商店街に訪れる顧客にとって何が一番望ましいのか」ということを検討し、「人と緑にやさしいまちづくり」というコンセプトのもと「福祉対応型商店街」という理念を形成した。

その背景には、商店街は商業者単独では生き残れないという危機感と、商店街は商業者だけのものではなく、訪れる人すべてのものであり、半公共的福祉施設であるという意識があったためである。

そのため、自分のためだけでなく地域のためという視点を持ち、地域と連携していくことが重要だと再認識して各種事業を構築している。

事業の概要

一店逸品運動事業

- ・商店街の個店の魅力向上のため、商品政策（マーチャンダイジング）を導入
 - ・お店回りツアーによる消費者へのダイレクトな個店PR
 - ・観光客にも人気の逸品カタログ作成 等
 - ・行政・NPO等との連携事業
 - ・小さな子供を持つ両親が「まちなか」に子連れで過ごせる空間（子育て支援施設「さんぼぼ」）を運営（市から委託／子育て支援グループ等と連携）
 - ・道路を活用し、NPO等約50団体と連携する「しんまちふれあい広場」を実施
 - ・新町商店街を含む中心7商店街が共同で宅配サービス事業実施。（集配作業等でNPO等と連携） 等
- ##### タウンモビリティ事業など
- ・商店街の移動をスムーズにする電動スクーターや買い物カートなどの無料貸出サービス
 - ・26カ所（約3,000台）の駐車場で利用できる共通無料駐車券
 - ・バスカードなどと交換できる縄文スタンプ事業 等

事業の効果

商店街の魅力の再発見

一店逸品運動、特にお店回りツアーにより、日常的に利用する消費者に直接商品をPRすることで、商店街の魅力が再認識された。

また、商店街の各個店においても、自信を持ってお客様に薦める商品を検討する中で、売り手視点から買い手視点での商品構成を進めるきっかけとなった。

来街の利便性向上

子育て支援施設運営により、利用者から、「商店街に足を運ぶきっかけになった」等の意見もあり、これまで来街動機が少なかった新たな層の顧客が開拓されつつある。

また、共通無料駐車券システムにより、商店街の課題である「駐車場」が確保でき、来街利便性が向上した。

「まち使い」をすすめる交流の場の創出

NPOなどの各種団体と連携することで、「障害者」や「高齢者」等の来街機会が増えるとともに、NPOの事務所が商店街内に開設されるなど、多様な交流が生まれた。

組合の垣根を越えた意識の醸成

一店逸品運動の取組みに他の商店街の店舗が参加するなど、組合の垣根を越えて地域の活性化に対する意識が醸成されつつある。

事業の課題

事業の自立化

国や市からの補助期間は限度があるため、事業の継続には「事業採算の確保」が最大の課題であり、必要経費に見合った収入の確保を検討する必要がある。

商店街全体への波及

各種事業の展開により来街者は増加しているが、商店街の一部エリアでのみ滞留しているため、商店街全体へ波及させる仕組みが必要である。

連携体制の一層の強化

地域団体等とのより一層の連携強化により、商店街の「まち使い」を進め、両者にメリットのある関係を構築するとともに、協働して活性化に取り組む必要がある。

広報活動の強化

消費者への直接PRや広報誌・ホームページ等での広報活動を行っているが、更なる認知度の向上のため、有効な広報活動の展開が望まれる。

その他、各事業における課題

採算の確保、対象者の拡大、個店の参加体制強化等

青森市新町商店街

所在地	: 青森市
会員数	: 187組合員
商店街の類型	: 広域型商店街
関連URL	: http://www.jmon.ne.jp/%7Esinmatil/



新町商店街



「しんまちふれあい広場」の様子

！ ここがポイント

「昭和の町」として整備を始めた商店街に、青梅のまち全体が博物館という新しい概念（フィールドミュージアム）で活性化。



来街者でにぎわう青梅宿アートフェスティバル、特設舞台を設けた昭和レトロ商品博物館と青梅赤塚不二夫会館

事業実施の背景

東京都青梅市は都心から西に40～60km圏に位置し、秩父多摩甲斐国立公園の玄關口として、豊かな自然環境に恵まれた都市である。関東山地が平野部と接し、東側に向けて扇状の武蔵野台地を形成しており、その扇の要に当たる。青梅駅周辺は西多摩地域最大の繁華街として昭和30～40年代に最盛期を向かえ、「青梅市の顔」として中心商店街の役割を果たしてきた。

しかしながら、モータリゼーションの進展、交通体系の整備、消費者のライフスタイルの多様化などの影響を受け、大型小売店など商業施設の郊外展開が進んだ。この結果、空き店舗も増加し、商業機能の空洞化も危惧されている。

このような状況に対し、青梅における商店街の振興策として、大正・昭和のレトロな風景を活かしたまちづくり、景観を重視したまちづくりが基本コンセプトにあげられており、住江町商店街では、町内の空き店舗を活用し、集客のための施設として、平成11年に「昭和レトロ商品博物館」、平成15年に「青梅赤塚不二夫会館」を開設した。2館の入館者は年間約6万人となっている。

集客力が高まる中で、更なる活性化を目指して、商店街の商店一つひとつが博物館であり、店の主人が学芸員であるというコンセプトで「まるごと博物館」事業をスタートさせた。

イベント「青梅宿アートフェスティバル」は、平成3年に住江町商店街振興組合により開催されたが、年を追うごとに参加商店街も増え、15回を数える平成17年度は7商店街で実施した。

また、このアートフェスティバルで映画看板を掲示したところ、好評であり、映画看板のある街として、全国的に知られるようになるきっかけとなった。アートフェスティバルの参加商店街が増えていく中で、商店街間の交流も進み、イベント時だけでなく、半日から1日、来街者に青梅を楽しんでいただけるように、8商店街で「ぶらり青梅宿ガイドブック」を作成した。

このような中で、JR 東日本では、青梅駅をレトロ化する「レトロステーション」事業の実施、市内にある明星大学の造形芸術学部の学生が、アートフェスティバル開催時に空き店舗で作品展示等を行うなど、商店街の枠を越えた活動となってきた。

これらのことから、商店街では、既存の商店街の枠を越えた組織をつくり、活性化を進めることとし、「ぶらり青梅宿実行委員会」を組織し、「おうめまるごと博物館」構想を推進することとした。

事業の概要

青梅市の美しい風景を育む条例、青梅市商店街振興プラン、青梅商工会議所「魅力ある商店街づくり・まちづくり」などの条例、計画を基本に、誇りの持てるまちづくりをすすめ、買い物、食事もできて一日楽しめる観光商店街「ぶらり青梅宿」を推進する。

活性化部門とイベント部門により構成、車輪の両輪として進める。

活性化部門

青梅駅周辺の地域を特性ごとに3つのフィールドに分け、地域資源を活かし、箱物でなく、まち全体を博物館化して活性化を図る。

・町屋まるごと博物館（上町、仲町地区）

江戸時代後期の土蔵造りの商家（東京都指定有形民族文化財）明治期の建物の店舗、蔵等が存在。

・昭和まるごと博物館（本町、住江町地区）

青梅赤塚不二夫会館、昭和レトロ商品博物館などが存在。

・匠まるごと博物館（西分町、勝沼地区）

古くから青梅を担ってきた織物産業を代表してきた青梅織物工業協同組合、鍛冶屋、竹細工店が存在。

これら地域の資産を活用して、活性化を図る。

ソフト部門

・地域ブランドづくり事業

青梅の代名詞を創出する。

・シンクタンク「商行宿」事業

さまざまな領域の専門家と商業、行政、市民（青梅宿）との連携強化を図り、次世代の青梅宿を作りあげる。

・イベント事業

青梅宿「歳時記フェスティバル」を開催し集客に努め商店街とまちのPRを行う。

春 朧月夜の青梅宿（青梅宿さくらまつり）

夏 真夏の夜の青梅宿（昭和の夏の定番、肝だめし）

秋 晩秋の青梅宿（青梅宿アートフェスティバル）

冬 光と影の青梅宿（影絵とキャンドルアート、年末のイルミネーションを青梅宿流に演出）

・ガイドブック作成事業

青梅宿の楽しみと商店街の情報を提供するガイドブック。第1編「レトロ編」、第2編は発行済み。今後も定期的に発行していく予定。

事業の効果

他の商店街と連携したイベントの開催、ガイドブック作成等の活動が礎となり、各商店街が協力してまち

づくりを進めていこうという機運が高まって、平成18年3月26日、買い物も食事もできて一日楽しめるまち＝観光商店街「ぶらり青梅宿」を推進するため「ぶらり青梅宿実行委員会」を発足することができた。

事業の課題

商店街の努力により来街者は増加しているが、一定の商店街の範囲に留まっているのが現状である。実行委員会において、前述のとおり事業を計画しているが、来街者にいかに全商店街を回遊してもらえるか、また、来街者を増やしていくかを考えながら、それを着実に実行していくこと、さらに、事業をいかに展開していくか、が今後の課題である。

青梅市内8商店街

上町商店会、仲町商店会、本町商店会、仲通り睦会、キネマ通り睦会、住江町商店街、西分町大通り振興会、東栄会

所在地：青梅市上町、仲町、住江町、西分町、勝沼（JR 青梅駅周辺）

会員数：8商店街 180商店

商店街の種類：地域型商店街

関連URL

青梅本町商店会：<http://honcho.ome.jp/>

青梅赤塚不二夫会館：<http://akatsuka-kan.ome.jp/>

昭和レトロ商品博物館 <http://www.10.ocn.ne.jp/~retoro/>



街なかにある映画看板

！ ここがポイント

SOHO など都市から新産業を創出するとともに、市民、事業者、大学とのコラボレーションによって中心市街地を活性化。



まちづくり三鷹の事業範囲

事業実施の背景

三鷹市は、新宿から20分に位置する住宅都市として発展してきたが、近隣の大規模商圏に購買力を奪われるとともに、大・中堅工場の流出も続き、域内雇用力や地域産業が脆弱化してきた。そこで平成8年には多摩地域で最初となる「三鷹市産業振興計画」を策定し、商業では三鷹未来塾などの人材育成事業、工業では工場アパート等を実施してきた。その後平成10年より、住宅都市と共存できる新たな産業として「SOHO (small office home office)」に注目し、「SOHO CITY みたか構想」を定め、インターネットやパソコンを活用した情報通信関連いわゆるIT事業者の集積と振興を図ってきた。平成11年には、中活法のTMOとなる「株式会社まちづくり三鷹」を三鷹商工会、市内事業者とともに設立し、三鷹駅前の商業発展とIT事業者の集積という両軸に足をおいた中心市街地活性化事業に取り組んできている。

事業の概要

中心市街地の活性化事業

「三鷹電子商店街事業」

地元商店街の販売促進と販路拡大に向けて「地域密着型の電子モール」を構築し、24時間、全国にネット販売を13年度から開始。現在120店舗が参加し、共同決済、共同配送、市内無料配送を実現してきた。それにより個店のITが進むとともに顧客情報の蓄積を図っている。

「三鷹産業プラザ1期2期の建設整備」

地域から新たな産業を創出するために、SOHO及び都市型産業が集積できるよう、独立行政法人中小企業基盤整備機構（前地域振興整備公団）とともにインキュベーション施設として平成12年に第1期三鷹産業プラザを建設整備した。入居企業28社ユニット、地域情報センター（SOHOサロン）を整備してきた。

その後、リノベーション補助金、高度化無利子融資を活用して、まちづくり三鷹が単独でテナントミックス事業として第2期三鷹産業プラザを建設。商業店舗として16店舗、ITルーム2室、会議室3室が整備された。

SOHO CITY みたか構想の推進

「コーディネート相談事業」

三鷹産業プラザでは、毎日無料で企業の社長による創業や経営の相談、三鷹経営コンサルティング協会による専門相談が実施され、身近での創業支援環境を整えている。加えて、技術アドバイザーによる三次元計測器の測定指導も行っている。

「ビジネスプランコンテスト」

地域から創業者や優秀なビジネスモデルを発掘するために、平成13年からビジネスプランコンテストを開催してきた。賞金だけでなくコンサルティングを重視するとともに、場合によっては、TMOによる株式の取得（投資）による支援を行っている。

「ベンチャー カレッジ」の開催

シニアや主婦層の創業を促進するために、創業塾を開催。講師陣は全て地元の人材に依頼し、受講後に地域人脈になるようにしかけている。

「NPOとの連携事業」

NPOシニアSOHO普及サロン・三鷹とは、パソコン講習会等を通じて、高齢者の地域社会でのプラットフォーム形成を支援している。NPO子育てコンビニは、みたか子育てねっとの運営事業を行っている。

都市型産業の育成事業

「地域新生コンソーシアム事業」

三鷹の光工学関連企業、大学そしてまちづくり三鷹との産官学の連携により、「医療用高解像度立体視顕微鏡」の開発とそれに必要な手術用針と糸の試作開発を行ってきた。産官学の恒常的な連携を進めるために「三鷹光ワークス」を構築し「レンズがわかるセミナー」やCADを使った「レンズセミナー」などを開催し、光工学関連の人材育成を進めている。

事業の効果

三鷹産業プラザを中心にソフト事業とハード事業が総合的に実施され、新規事業所の立地集積と従業員が増加しただけでなく、中央通り商店街の来場者（通行人）が増加した。加えて、多様な事業展開をすることによって、商業、工業など既存事業者とITやSOHO事業者との交流や事業連携が図られ、幅広いビジネスチャンスが生まれている。

事業の課題

まちづくり三鷹やSOHO倶楽部（SOHO同士が作った任意団体）が中心になって、空き店舗や空きオフィスを借上げてインキュベーション施設を整備してきたが、いまだにオフィス需要を満たすことができない。特に、SOHOから一定規模となった企業が入居できる500㎡程度のオフィスが整備されていない。

加えて、中心市街地では、商業店舗の跡地がマンション主体の住宅開発に偏り、店舗・オフィスなど都市機能のバランスが悪くなっている。中心市街地の賑わいを創出するためには、観光事業を本格的に実施することや魅力ある人材の創出やコンテンツなどを探し出すなど新たな視点が求められている。

(株)まちづくり三鷹

創 立 : 平成11年9月28日
資 本 金 : 2億7250万円
所 在 地 : 三鷹市
関連URL : <http://www.mitakane.jp/tmo>
E-mail : hfo@mitakane.jp



まちづくり三鷹の連携イメージ



SOHOユニット



中心市街地活性化シンポジウム

！ ここがポイント

「街の機能再編」「定住人口の増加」「商業の活性化」等による特色あるまちづくり事業を、市民、企業、行政のパートナーシップのもとに展開。



りんご並木と橋南第一地区再開発ビル

事業実施の背景

飯田市の中心市街地は、「丘の上」とも呼ばれる天竜川の河岸段丘上に位置し、橋南、橋北、東野の3地区で構成されている。商店街が縦横に発達し、1970年代までは、総人口約19万人の広域商圈として、何でも揃う唯一の場所としての地位を誇っていた。しかし、面積が狭く地価の高い市街地から郊外への人口流失が進み、近年にはロードサイド型の商業集積が郊外バイパスを中心に形成された。このような中、商店主達が危機感を抱き、平成2年から活性化のための検討会を頻繁に開いて話し合い、「商業の振興だけでは、もはや街を活性化できない」という考えに至り、「暮らしを支援するまちなか居住」が中心市街地再生のテーマとなった。以後、市民、企業、行政のパートナーシップのもとに様々な取り組みを展開している。

事業の概要

市街地再開発事業

- ・橋南第一地区市街地再開発事業(H13 竣工)
商業機能、交流機能、住宅機能を併せ持つ地上10階建てで、高度化資金を活用。また、市営駐車場(80台)を隣接させ利便性が高い。1階には地元スーパーマーケットを中心に生花店やレストランなどがあり、2階、3階に、歯科医院、ハローワークプラザとともに、市役所の機能を一部移転した「飯田市りんご庁舎」が入居し、住民票や税証明等の交付や手続きが行える他、市民サロンや会議室を市民が利用。4階から10階は、14種類の間取りの都市型住宅(42戸)が造られ、ほぼ即日完売となった。
 - ・橋南第二地区市街地再開発事業 (H18 年竣工予定) 第一地区の北側に隣接し、店舗、業務、住宅、金融機関、川本喜八郎人形美術館、駐車場で構成され、H16年に工事着工。
 - ・堀端地区優良建築物等整備事業(H19 年竣工予定) 店舗、健康福祉、ケア付き高齢者賃貸住宅、住宅により構成。H18年に工事着工。
- りんご並木三連蔵整備事業(H12 竣工)
- 歴史的建造物であるりんご並木の三連蔵を市が取得・改修し、一般に開放。市民や観光客の交流拠点となっている。
- テナントミックス事業(H15 竣工)
- 第一地区の隣接地にTMO(株)飯田まちづくりカンパニーが空き店舗を取得し、テナントビルを建設、7店舗が入居。1区画が小スペースのため、大半が起業家の出店。
- 福祉サービス事業(H14年竣工)
- TMOがケア付き高齢者共同住宅「アシストホームりんご」(6世帯)を建設、賃貸。

一店逸品運動事業

NPO いいだ応援ネットアイデアが、個店の個性化を図り、まちの商業の魅力を高めるために、H16より、継続事業として運動を展開している。参加店30店舗。

チャレンジショップ事業

大規模リニューアルを行った駅前SCの4階の一部をNPOが借り、5区画のチャレンジショップを運営。卒業店が商店街の空き店舗に出店している。

まちなか音楽・映画鑑賞事業

「街をもっと楽しくしよう」という思いを持つ若者が中心の市民団体IDAWAVEが、屋外ライブ（月1回）や音楽コンテスト、映画の名作鑑賞会などの事業を会員制で実施。会員数は200名で、事務局をTMOが担う。

商店街環境改善活動事業

電線地中化が行われた駅前中央通商店街では、名称を“ガーデンズ”に改称し、市民の庭となることをコンセプトに、リサイクルステーションの設置や、地域ぐるみ環境改善活動「南信州いいむす21」にも参加している。

事業の効果

市街地の整備と商業等の活性化の連携による複合的再開発事業による拠点形成に取り組み、商業、業務、住宅、文化交流、公共公益といった都市機能の集約化が図られ、りんご並木、駅前を中心に若者によるNPO、ボランティアグループの活動も起こり、まちに新たな賑わいが生まれている。

事業の課題

再開発事業を中心としたインフラ整備が整いつつあり、今後は、より魅力溢れる都市空間にグレードアップさせるために、りんご並木を中心とした新たな商業核と駅前SCを中心とした商業核の機能強化を行い、魅力あふれる商業・サービスを再構築していく一方で、従来それ程重視しなかったまちなか観光事業を、市、南信州観光公社、民間事業者と連携して推進する。また、NPOが展開している一店逸品運動や経営指導を、より多くの商店に広め、個店の強化が必要となっている。

(株)飯田まちづくりカンパニー

設立年月日	: 平成10年8月3日
所在地	: 飯田市知久町1-10
資本金	: 2億1,200万円
URL	: http://www.machkan.jp/



三連蔵屋外ライブ



一店逸品フェア



中央通り商店街

！ ここがポイント

緊急性のある地域、事業を優先し、活性化へ行政・TMOが協働。活性化計画事業の具現化に行政・TMOが動けば民間が動く。



もんぜんぶら座（旧大手スーパービル）

事業実施の背景

- ・長野市では平成10年に冬季オリンピックが開催され、新幹線、高速道の整備が進み、平成11年には中核市へ移行するなど都市の基盤整備が進んだ。
- ・長野市の中心市街地は、善光寺の門前町として歴史的な蓄積を持ち、さまざまな便益を提供しその中心を担ってきたが、一方で、車社会への移行が急速に進み、郊外への人口流出に伴う都市機能の移転やロードサイドへの大型店出店が進行。中心市街地の商業機能の衰退が問題となってきた。
- ・平成12年、中心市街地の核店舗であった地元百貨店、大手総合スーパーが相次いで撤退し、中心市街地の空洞化が深刻化。
- ・平成13年に長野商工会議所がTMO構想協議会を設け検討、平成14年2月、大手流通業OBをタウンマネージャーとして招聘。同年3月にTMO構想が認定された。平成16年5月には、(株)まちづくり長野がTMO認定を受け、中心市街地活性化に向けた本格的な取組みを進めている。

事業の概要

空洞化の深刻な中央地域の大型空き店舗の後活用と地域再生

【もんぜんぶら座】

- ・平成12年12月に大手総合スーパーが撤退。ビル会社は後継テナントを誘致しようとしたが難航し、長野市が平成14年8月に中心市街地活性化策を進める目的で土地と建物を取得した。
- ・後利用計画について、市民の声として公共的施設と商業施設の複合的活用の要望が高かった。周辺住民には高齢者が多く、街中から食品スーパーが消え日常生活品の購入に苦労するとの声があり、地元住民等5610名による食品スーパー開設の陳情書が市に出された。

- ・長野TMOは、ビル1階に食料品店を計画。平成15年4月に全国でも異例のTMO直営店「TOMATO食品館」をオープンした。
- ・ビル地下1階、2階、3階部分は、子育て支援や市民活動支援の施設とし、平成15年6月にグラウンドオープン。商業機能と公共機能が複合した中心市街地賑わいの核施設として活用されている。

【長野銀座A-1地区再開発】

- ・平成12年7月に地元百貨店が撤退。景気低迷、百貨店退店という状況で従来あった再開発計画が動けなくなっていた。
- ・学識経験者、市民代表等からなる「長野中央地域まちづくり検討委員会」での検討など、百貨店跡地を含めた新たな再開発構想が持ち上がり、地元放送局の信越放送(SBC)が跡地への進出を決定。
- ・施設愛称は「TOiGO」(トイゴ)、商業施設、公共施設、放送施設として、平成18年8月に完成予定。敷地面積約6640㎡、4F建ての銀座棟、10F建てのSBC棟からなり、道路を挟んだ南側へ駐車場(長野銀座D-1地区再開発事業)も整備中。

善光寺門前で空洞化した商店街の再生

【ばていお大門 蔵楽庭(くらにわ)】

- ・善光寺門前の大門町には、活用されていない土蔵、立派な庭を備えた空き家屋が多くあった。これらの地域資源活用による商店街の活性化と善光寺拠点を支える新しい魅力拠点の形成を図るために、テナントミックスによる新たな商業施設を設置する「ばていお大門整備事業」が計画された。
- ・コンセプトは「小さな旅気分を味わえるまち」。
- ・観光客重点から市民生活者も訪れる施設を目指しバテオ(中庭)を中心に面的に整備。インテリアショップ、レストラン、カフェ、土産物店など20店舗が出店している。

空き店舗後活用(TMO)

【楽茶れんが館】

- ・明治時代末期の馬車引き会社の建物として建てられた当時流行の煉瓦造りの西洋館であり、平成3~14年は長野市物産館として利用されていた。
- ・利用者減少に伴い物産館の閉鎖が決定。歴史と趣きのある建物を有効利用するため、TMOが後活用。「信州そば米」「長芋」を使った善光寺門前にふさわしい『楽茶御膳』、手作りケーキなど季節と地元らしさをアピールした料理を提供している。

事業の効果

- ・行政、TMOが口火を切ることで、大型店撤退による中心市街地衰退に歯止めがかかり、空き店舗への出店(H15年度以降、市の空き店舗補助金利用実績28件)、マンション建設(H15年度以降、施工済6棟277戸、施工中1棟50戸)、シネコン進出(H18年6月オープン予定)など民間投資も進んでいる。
- ・都市ストックを活用して街の魅力を高めることで、居住者増加、賑わい回復の傾向が始まっている。

事業の課題

- ・行政、TMO、民間(住民、地権者、商業者など)のさらなる協働体制の強化。
- ・「TOMATO食品館」、「ばていお大門」、「楽茶れんが館」の事業定着。
- ・TMOの財政的、組織的基盤強化。ソフト事業推進。

(株)まちづくり長野

創 立	: 平成15年1月17日
資 本 金	: 8,000万円
所 在 地	: 長野市
関連URL	: http://www.machidukuri-nagano.jp/
E-mail	: hfo@machidukuri-nagano.jp



TOiGO(トイゴ)



楽茶れんが館



TOMATO食品館

！ ここがポイント

第三セクター「黒壁」が民間主導でガラス事業を展開。都会から帰ってきた若い後継者が家業に専念しながら、伝統文化「長浜曳山祭り」を愛し、継承。



ガラス館

事業実施の背景

長浜は秀吉がはじめての城持ち大名になった地で、また大河ドラマ「功名が辻」の「山内一豊」は三代目の長浜城主である。当地は「楽市・楽座」で知られるように、430年の間商業の街として栄えてきた。特に、地場産業として高級絹織物「浜縮緬」が長く当地の地域経済を支えてきたが、和装の衰退と共に業界も縮小していった。

また、昭和50年代に入りモータリゼーションの発達、大資本のショッピングモールの郊外進出などにより、中心商店街は急激に疲弊していき、店主は高齢化し、シャッター通りとなっていった。かつては、湖北地域15万人の商圈を誇っていた商店街は、月間わずか約4,000人の来街者となり、日曜日の午後1時間にメイン通りを「人4人と犬1匹」しか通らなかった。当然、市民の悩みはこうした経済の衰退によって生活が脅かされることであるが、それだけでなく、秀吉の時代から護り継がれてきた豪華絢爛な子供歌舞伎を曳山と呼ばれる山車の上で演じる「曳山祭り」の継承が困難になることが問題となっ

ていた。

さらに追い討ちを掛けたのが、昭和60年代初めにカトリック教会の郊外移転に伴い、旧黒壁の建物が売却され、その跡地にマンションの建設計画が持ち上がったことである。この建物は、明治33年に国立第百三十銀行長浜支店として建てられその黒漆喰の洋館である外観から「黒壁銀行」として親しまれ、その後、明治銀行、専売公社、カトリック教会に姿を変えながら街の賑わいを見つめ続けてきた。この街のランドマーク的な建物が取り壊されると聞き、当時の市役所職員が危機感を持って、地元の財界人に相談を持ちかけた。

そこで立ち上がったのが、青年会議所OBを中心としたメンバーで、貸しビル業、ホテル業、金属加工業、建設業、倉庫業などの様々な業種の企業家達である。当初、土地、建物の買戻しと修復資金等で1億3千万円の資本金(長浜市4千万円、民間8社9千万円)で第三セクター「株式会社黒壁」がスタートした。建物は確保できたが、事業として何をすることが未だ決まらない。何度か役員会を重ねるうち、初代社長から「ガラスを作っている所には沢山の人が集まる。ガラスをやるう」との提案で、役員がヨーロッパに行き、超一流のガラス文化に感動し、長浜で本物のガラス事業を展開することとなった。

事業の概要

こうして、平成元年7月1日、黒壁一号館黒壁ガラス館、二号館スタジオクロカベ(オリジナル工房)、三号館ピストロミユルノワール(レストラン)からなる黒壁スクエアが誕生した。その後、NHKで紹介され、観光客、特に女性が口伝えて広めたこともあり、来街者が順調に増加した。

観光客の増加に伴い、ガラス館の横を走る北国街道の古い民家を借り受け、ガラスにかかわる直営店を増やし「北国街道」を「ガラス街道」として展開していった。平成4年には、江戸時代からの醤油の製造卸の商家を譲り受け、ヨーロッパ各地で買い付けたアンティーク美術品を商家の佇まいに展示した国内唯一のガラス美術館をオープンした。こうして、単なるガラスの物売りではなく、本物のガラス文化を発信することに心掛けてきた。平成15年には、それまでの黒壁のガラス技術の集大成としてオリジナルブランド「リフレクションクロカベ」を発表した。黒壁の理念は、「お客様に常に新たな感動を与える」ことであるが、今では、来街者が年間200万人を迎え、そのうちリピート客が40%強を占めるまでに至っている。

事業の効果

黒壁オープン当初は、地元商店街は冷ややかな目で迎えていた。しかし、年々増加していく観光客にシャッター通りのシャッターが徐々に開き、今では黒壁スクエア300メートル四方にシャッターの閉まった店はほとんど無くなった。黒壁直営店の年間売上げは6億円から7億円であるが、地元にとず経済効果は30億円とも言われている。

黒壁	来街者	推移
平成 元年		9万8千人
平成 3年		34万5千人
平成 5年		73万7千人
平成10年		162万3千人
平成15年		217万7千人

事業の課題・反省点

これからの課題として3点挙げられる。

- 1) 今まで、ガラス文化を基軸としながら、増加するリピート客に新たな感動を与えるべく、万華鏡展、美術館特別展、フィギュアミュージアム誘致等仕掛けをしてきたが、順次企画

をしていくことが資金的にも大変である。

- 2) 第三セクターということで、これまで出資金以外一切行政の補助を受けていないが、事業拡大とともに、運営資金の調達コストの負担が大きくなってきている。
- 3) 創業17年と若い企業であり、構成するスタッフも非常に若い。磐石な経営体質にすべく人材育成等が今後の課題である。

(株)黒壁

創 立	: 平成元年4月11日
資本金	: 4億4千万円
所在地	: 長浜市元浜町
店舗数	: 13店舗
業務内容	: 国内ガラス工芸品の展示販売 海外アートガラス輸入、展示販売 ガラス工房運営、オリジナルガラス制作販売 食堂喫茶の運営 まちづくり文化に関する情報、資料収集提供
関連URL	: http://www.kurokabe.co.jp



吹きガラス

「再発見と新創造」城下町の挑戦

！ ここがポイント

地域資源を活かした新名所。江戸町屋風、大正ロマン、ケータイ、脳にやさしい音楽、寺子屋など多彩なキーワード。

商店街等活性化事業の事例

滋賀県彦根市 彦根市内6商店街



夢京橋キャッスルロード

事業実施の背景

滋賀県彦根市は、日本列島のほぼ中央・国土軸の東西南北の交点という要衝にあり、琵琶湖の東北部に位置している。中心市街地には、国宝・彦根城がそびえ、東に石田三成ゆかりの佐和山城跡がある。関ヶ原の戦いのあと徳川四天王の一人、井伊直政がこの地に任ぜられ、その意志を継いだ、長男直継、次男直孝が20年の歳月をかけて「彦根城」を築城したのが始まりで、その後開国の祖井伊直弼公を輩出し、35万石の城下町として栄えた。

そのような歴史的背景を持ちつつ、商店街も栄枯盛衰を辿り、昭和初期より銀座商店街が県内屈指の商店街として賑わった。しかしながら、オイルショック後、郊外への住宅地や大型店、ロードサイド店などの立地が進み、人口重心や消費者の利便性から中心市街地は、衰退へと向かった。

彦根市における中心市街地にある商店街は、12商店街であるが、その数もピークの800店から400店弱と激減している。

事業の概要

ハード整備

そのような中、平成元年から10年がかりで「夢京橋キャッスルロード」が街路拡幅事業に取り組み、江戸町屋風のファサードに統一され、年間45万人の来街者が訪れるほど賑わいを回復した。この事例は、市内の各商店街へ成功事例として波及した。

その後、平成10年の中心市街地活性化法の施行と同時にTMO構想によるファサード整備事業を花しょうぶ通り（町屋風）・登り町グリーン通り（欧風）・おいでやす（なまこ壁風）・四番町スクエア（大正ロマン風）の各商店街が実施、銀座商店街においては、アーケード整備事業、四番町スクエアにおいては、お客様駐車場・テナントミックス施設（食の館「ひこね食賓館」四番町ダイニング）の設置をおこなった。

夢京橋キャッスルロードと四番町スクエアは観光客を、その他の商店街は地元客を主とする顧客層として事業展開している。

ソフト整備

各商店街ごとに取り決めたコンセプトにより、商店街整備を行ってきたが、完成が始まりとの認識を持ち、ソフト事業に取り組んでいる。

花しょうぶ通り商店街のナイトバザールや地域一帯で開催されるアートフェスタ勝負市は、滋賀・滋賀県立・聖泉の各大学生や市民団体とともに実施している。昔の寺子屋を利用した「街の駅」も商人塾として定着してきた。

また、登り町グリーン通り商店街では、おかみさんによる「店先カルチャー教室」や地元アーテ

彦根市内 6 商店街

所在地 : 滋賀県彦根市

会員数 : 6 組合 249 店

(彦根夢京橋商店街、花しょうぶ通り商店街、彦根銀座街、登り町グリーン通り商店街、おいでやす商店街、四番町スクエア)

商店街の種類 : 近隣型商店街

関連URL : 彦根商工会議所

<http://www.hkone-ccior.jp/>



花しょうぶ通り商店街

(商人塾として活用されている「街の駅」)



QR_Code まちあるき

リストを育てる「NOBORMACHIグリーンステージ」に取り組んでいる。四番町スクエアは、大正口マン風のまちとなったが、脳にやさしい音楽「ハイパーソニックサウンド」や六童子、五灯式のガス灯など話題性が多い。

前述の「街の駅」は、滋賀大学・滋賀県立大学のまちなか研究室としての活用やNPO彦根景観フォーラム・NPO湖東焼を育てる会など多彩なメンバーで構成されている。今後組織のLLP化((Limited Liability Partnership) = 有限責任事業組合)も視野に入れサステナブルな活動を目指すまで発展してきた。

市内の回遊性を高めるため、ユビキタス技術を駆使して、ごく身近なパソコンである「ケータイ電話」を用いて学習型観光を推進している点も波及効果の現われといえる。

事業の効果

平成17年の新聞・メディアへの記事掲載等を広告料換算すると約1億円の試算となり、大きな事業効果であった。

事業の課題・反省点

中心市街地の人口減少に歯止めがかかり、住宅・マンションの建設が急増している。都市として住んでよし、働いてよし、暮らしてよしが都市格を形成するとするならば、彦根市の水準は、高いと判断できる。

この20年間で、約80億円の投資をしてきたこととなるが、税金として回収できるかどうか今後の課題でもある。

歴史と文化のまち「彦根」を訪れる人、もてなす地元の人々の笑顔が溢れ、賑わうことが今後の彦根のパロメータとなろう。

豊富な地域資源を活かしたまちづくり

！ ここがポイント

伏見港、伏見城、寺田屋等の史跡や酒蔵など、地域資源が豊富。地元商店街や地域住民等との連携強化により、これらの資源を活かしたまちづくり。



十石舟

事業実施の背景

伏見は豊富な地域資源に恵まれているにもかかわらず、これまでこの資源を地元であまり意識していないのが現状であった。そのため、まちづくりの機運を高めるには、これらの資源をいかに地域住民にアピールすることができるかが必要と考えられた。その前提として、これからまちづくりを行おうとしているTMO組織・(株)伏見夢工房に関して、地域住民や出資者以外の事業者の認識がまだまだ低く、その啓発が急務で本事業を通じて理解を得る必要があった。そのため、地域資源である「十石舟」の運航事業や「酒と蔵」をテーマとした事業展開を図り、これらの事業を通して地域住民等へのコンセンサスの形成を図ることになった。また、観光と商業の一体化によるまちづくりを図る必要性があった。

事業の概要

十石船の運行等、観光スポット整備事業

まちづくりについて、地域住民等の合意形成を図るため、地域資源の1つである十石舟の運航を行った。十石舟とは、江戸時代に運航していた運搬舟のことで、当時、伏見は港町で賑わっており、その趣を現代

に復活させようとの試みである。また、地域インフォメーションセンターの運営を行い、タウンマップ等を設置して周辺の観光スポットの回遊を図った。

伏見というと酒どころ、水どころといったイメージがあるが、十石舟の運航している川は、以前はドブ川であった。10年前より定期的に清掃を始めるようになったものの、地元の人たちはそのような取組みには無関心で、平気で川にゴミを捨てていた。しかし、十石舟が運航するようになって地元の人もゴミを捨てなくなった。このように、十石舟の運航によって「郷土愛づくりの街の資産」を大切にすると意識付けをすることができた。だんだん川もきれいになり、今では河川敷に桜の木300本、紫陽花1680本(平成18年には全3068本)紅葉80本(平成18年には全205本)、ユキヤナギ600本の植樹を行ったり、ライトアップによる夜間運航を行うなど、さまざまな取組みを行っている。江戸時代の風習にちなんで、「くらわんか舟」(飲食物の販売を行う舟)の運航も検討している。

酒蔵を活かした集客施設整備事業

酒と酒蔵をキーワードにして商業と観光をミックスし、地域住民との合意形成を図りながら地域の活性化を目指した。この事業と並行して地元の大酒造メーカーの協力を得て旧本店を改装し、「伏見夢百衆」の整備を行い、伏見の土産品・清酒の販売や喫茶、周辺地域の観光案内を行った。この伏見夢百衆の場を活用してクラシック蔵音楽会や日本酒アラカルト蔵講習会等を開催し、地域住民の理解をより深めた。

回遊性を高めるためのパスポート事業

地元商店街や飲食店等と連携を図り、豊富な観光

資源と商業施設等との回遊性を高めるため、パスポート事業を実施した。また、1868年の鳥羽伏見の戦いから137年目を迎え、家内安全、平和祈念して「137年の祈り」事業を実施した。

事業の効果

十石船の運行等、観光スポット整備事業

(株)伏見夢工房に対する地域住民の理解も深まり、コンセンサスの形成に繋がった。また、十石舟は、地域特有の歴史と文化に根ざしたものとして、小中学校の地域学習・教材の1つとなった。十石舟の乗船客を商店街に誘導するため、500円の買い物券を配布しているが、利用率は高いようである。

酒蔵を活かした集客施設整備事業

伏見夢百衆に地域インフォメーションセンターの役割を兼ねさせたことにより、地域の情報発信基地として、中心市街地の集客力向上と地域の活性化が図れた。

回遊性を高めるためのパスポート事業

中心市街地の7つの商店街と連携することにより、商業ゾーンへの集客力向上と活性化につながった。また、これらの商店街に加盟していない個店も本事業に参加したことによって、商業ゾーンを面的に捉える足がかりを見いだすことができた。パスポート事業参加者も2万3500人(目標達成率156%)に達し盛況であった。

事業の課題・反省点

観光と商業が一体となったまちづくりを推進していくことが今後の課題である。伏見大手筋商店街や納屋町商店街、竜馬通り商店街等では、さまざまな事業を展開しており、なかでも伏見大手筋商店街は、ソーラーアーケードの設置や銀行POSの導入、事業協同組合による駐車場の運営、「あてらの会(おかみさん会)」による「個店クリニック」(接客サービスの向上)など、全国でも先進的な取り組みを常に行っている商店街である。

また、竜馬通り商店街も近年はファサード事業や学生との連携等により、注目を集めている。今後は、こ

れらの事業を1商店街としてではなく、各商店街が連携し、さらには地域住民をも巻き込んで、面として活性化を図ることが求められている。

また、地域資源との連携を図り、いかに来街者を回遊させ商店街に引き込むかが課題となっている。そのため、酒蔵・伏見町家等を生かしたまちづくりの推進や十石舟の船着き場における「伏見茶屋」の設置等を検討している。このような活動をとりまとめるためには常に街全体を眺めながら、各関係機関等の調整を行う必要があり、このような役割として(株)伏見夢工房は期待されている。今後はこのような役割を果たしていくためにも、地域内外への幅広いIPR活動、人材の確保等、サポート体制の充実が重要である。

京都市伏見区商店街

所在地 : 京都府京都市

組合員数 : 7商店街等340店

(伏見大手筋商店街、伏見風呂屋町商店街、納屋町商店街、油掛商店会、竜馬通り商店街、中書島繁栄会、中書島柳町繁栄会)

商店街の類型 : 超広域型商店街

関連URL : (株)伏見夢工房 (TMO)

<http://www.kyoto-fushimicom/>



伏見夢百衆(外観)

震災の街から「食」の街へ

！ ここがポイント

「お好み焼」や「ぼっかけ」をきっかけとした「食のまち」として活気が復活。修学旅行生受け入れ等、様々なソフト事業に注力。



震災復興事業で整備された再開発ビル「アスタ」と大正筋商店街のアーケード

事業実施の背景

JR 新長田駅南側の商業ゾーンは、昭和20～30年代は神戸の副都心として位置づけられ、近くの工場で働く社員やその家族の買い物の場として賑わい、商業力も強かった。その後、地下鉄の延伸等の影響により、多くの住民が郊外ニュータウンに移転して高齢化率が高まるなど、徐々に空洞化が進んだ。そのような中、平成7年に阪神・淡路大震災が発生し、街は壊滅的な打撃を被った。ピーク時には24万人までいた長田区の人口は震災後10万人にまで減少した。震災復興事業が動き出したものの、大正筋商店街では約90店あった店が10店ほどまでに激減するなど、商店街活動ができない状況になっていた。そのため、平成12年に「地域のために一緒に頑張ろう」と若手が集まって出来たのが「アスタきらめき会」という任意団体である。アスタの「アスタ」は、「私たち(US)」と「明日」を意味し、「街(タウン)」の「タ」と合わせた名称である。そして、この時のメンバーが中心となって平成13年6月に3セクTMOの「(株)神戸ながたTMO」が設立された。

TMO事業としてエリア内におけるお店の紹介をするため、「新長田南地区商店街マップ」を作成した際、長田の街における特徴は何か探ってみた所、このエリア内にお好み焼き屋が70軒以上あった。兵庫県は大阪(3800軒)に次ぎ約2800軒(平成5年調べ)と、全国第2位のお好み焼き屋の集積地で、県内一の集積地が長田区であるため、「宇都宮の餃子」のように、「長田のお好み焼き」というイメージを浸透させ、「食によるまちづくり」を目指そうと考えた。

事業の概要

新長田ネット展開事業

長田には「お好み焼き」以外に「そばめし」がある。これは、工場で働く女工さんが、手軽に食事を済ませるため、焼そばを細かく刻み、御飯と混ぜて炒めたもので、地元では結構人気メニューとなっている。地域の特徴をよりアピールするため、「お好み焼き」と「そばめし」のマップを作成し、地域住民や来街者に配布することにした。特に「そばめし」については「そばめし発祥の地」とのサブタイトルをつけてマップ作成を行った。また、TMOのホームページを作成し、新長田のお好み焼き屋の紹介やおいしいお好み焼きの食べ方の紹介等を行った。

「社会体験学習のまち新長田」推進事業

近年は修学旅行に体験学習が求められるようになってきており、単に観光するだけではなく、福祉やボランティア等を通じて地域とのふれ合いが要求されている。この事業において「商人体験」を実施し、お店の手伝いをしてもらいながら、商売の楽しさを知ってもらおうという企画である。また、その前提として、神戸・長田がどのような街であり、震災後どのように立ち直ってきたのかを修学旅行生に教えるカリキュラムが盛り込まれた。そのために作成されたパンフレットが「新長田復興物語」で

ある。また、社会体験学習を受け入れるためのメニュー作りや体制作りを行い、毎年多くの修学旅行生を受け入れている。

事業の効果

新長田ネット展開事業の成果としては、新長田を「お好み焼きのまち」「食のまち」として売り出すことができた。また、そこから「ぼっかけカレー」も生まれてきた。これはテレビ番組で他の商店街とオリジナルカレーの対決をすることになったのがきっかけで、元々お好み焼きの具として使用している牛スジとコンニャクをカレーにかけた。この地域では上からぶっかけることを「ぼっかける」といっているので、名前を「ぼっかけカレー」にしたのである。この「ぼっかけカレー」は大変好評で、TMOと地元の食品メーカーとの共同開発で商品化された。また、「ぼっかけカレー」に続いて、「ぼっかけカレーラーメン」「ぼっかけ丼」「ぼっかけコロッケ」等、次々と新メニューを生み出していった。また、これらの「ぼっかけメニュー」を取り扱っているお店のマップ（「ぼっかけ食べ歩きマップ」）を作成し、来街者へのアピールを行うことができた。

また、ガイドブック等で新長田が「食のまち」として紹介され、遠方からお客様が来るようになった。TMOが企画開発した商品も収益を上げている。また、商店街内において空き店舗が発生しても、すぐに埋まるようになった。

受け入れ事業についても、TMOの収益事業の1つとなっている。

今後の課題・反省点

「お好み焼きのまち」や「ぼっかけ」をより一層定着させ、新商品の企画・開発も積極的に行うなど、「食のまち新長田」のイメージアップを図っていく（地元企業との共同開発でお好み焼き用の「長田ソース」を開発した）。これらの商品のアピールを通して、より新長田の街を知ってもらうことができると期待している。また、「食」を街のシンボルにしておくため、「食のまち」を目指す市町村等との連携を図り、「食」のネットワークを築いていくことが課題である。

神戸市内 11 商店街等

所在地 : 神戸市

会員数 : 11 商店街等 330 店

（新長田 1 番街商店街、新長田駅前商業協同組合、新長田本町筋商店街、大正筋商店街、西神戸センター街、六間道商店街、六間商店友和会、腕塚食材商業協同組合、久二塚商業協同組合、虹彩商業協同組合、丸五市場事業協同組合）

商店街の類型 : 近隣型商店街

関連URL : ㈱神戸ながたTMO

<http://www.kobe-nagata-tmo.com/>



「食のまち新長田」のヒット商品
（ぼっかけカレー、牛スジぼっかけ、長田ソース）



TMOが実施するタウンモビリティ事業

「鬼太郎」の妖怪オブジェで観光スポット化

！ ここがポイント

街内の歩道沿いに境港出身の水木しげるの人気アニメ「鬼太郎」に登場する妖怪オブジェを設置。観光客が多く集まる「魅力的な妖怪ワールド」を演出。



当地出身の水木しげるさんと鬼太郎たち

事業実施の背景

境港市は、古くから天然の良港として、漁業を中心に栄えてきた。人口は約3万8千人。市の主な産業は水産業、アジ・サバ・イワシといった多獲性魚のほか、夏場のクロマグロなど水揚量・金額ともに全国有数の漁港である。特に、ベニズワイガニは全国一の水揚げを誇っており、この水揚量の多さを背景に水産加工業の集積度が高い地域である。

商店街は、明治35年頃から、境港駅からお台場に通じる町筋に開店し、次第に店舗を増やしなが、本町商店街、松ヶ枝町商店街、銀座商店街、新道商店街の4商店街に発展し、商業の中心として繁栄してきた。

しかしながら、交通体系の変化、大型小売店の進出、消費者ニーズの多様化、店主の高齢化など社会状況の変化により、昭和40年から50年をピークに売上げが減少し、閉店する店舗が急増するなど商業機能の空洞化が危惧されていた。

このような状況の中、商店街活性化策の一つとして平成元年から「緑と文化のまちづくり」をテーマとして、人に優しく、人々に親しめる快適な街づくりを進めていた。この事業の一環として境港市出身の著名人の方々からの提言がきっかけとなり、「鬼太郎」「妖怪」をキーワードとし、妖怪オブジェを商店街歩道に設置する「水木しげるロード」構想がまとまっていった。

事業の概要

当初の計画は、観光客を対象としたものではなく、地域住民を商店街へ誘い込む事業として整備したものであるが、いざ、ふたを開けてみると、そのユニークな発想がテレビ等マスコミに多く取り上げられ、その結果多くの観光客が訪れる県内でも有数の観光スポットへと育っていった。これも、ゲゲゲの鬼太郎を始めとする妖怪たちが、お年寄りの方から子供たちまで幅広い年齢層に受け入れられる証しであり、妖怪のブロンズ像を見て、触れることにより、それぞれストーリーが浮かんでくる、愛される存在であったからこそである。

現在、市内には、水木関連事業の集大成として、水木しげる氏が世界中から集めた妖怪コレクションや独自に制作したオブジェの展示など、妖怪の世界を展示や映像で紹介した「水木しげる記念館」や延長800mの商店街沿いに、妖怪ポケットパーク、ブロンズ像119体、レリーフ5基、絵タイル8枚を設置した「水木ワールド」が広がっており、年間の観光入込客は85万5千人を数えている。

事業の効果

観光や文化等の情報発信拠点を形成

「水木しげるロード」が完成後、住民による「鬼太郎」「妖怪」をテーマとした新しいまちづくりの取組みが行われはじめた。水木しげる氏のファンクラブである「ゲゲゲのしげる会」、水木しげるロードの自主的な清掃活動、防犯活動を行う「水木ロードを育てる会」、鬼太郎音頭を作り、それに踊りを振り付けし、普及活動やPR活動を行っている「鬼太郎音頭保存会」、水木しげるロードの商業振興を行っている「水木ロード振興会」など、多くの組織が結成され、「水木しげるロード」の活性化の取組みが行われている。

観光入込客の増加と空き店舗の減少

「水木しげるロード」がオープンした翌年（平成6年）の入込客数は、28万人余であったが、昨年（平成17年）は過去最高の85万5千人を超えるなどロードオープン時の3倍を超える入込客数を数えている。これに伴い観光対応型店舗の出店が相次ぎ、空き店舗解消が進んだ。

このように「水木しげるロード」整備が地域の街づくり、コミュニティづくりに果たした効果は賑わいの創出のみならず多方面に及んでいる。

事業の課題

二面性を持った商店街

「水木しげるロード」が整備され、観光客で賑わう商店街が創出されるようになったが、このことをきっかけに境港の商店街は二つの顔を持つようになった。

一つは、従来からの地元消費者を主な顧客とする地域密接型店舗であり、もう一つは新しい観光客向けの店づくりに特化した観光対応型店舗である。

商店街は観光客によって、賑わいの回復と店舗全体での売上げ増大効果をもたらしているが、一方では妖怪ブロンズ像のある商店街とない商店街では、通りの賑わいも、店づくりも違いがあるなど、二極化をもたらしている。

水木しげるロード周辺商店街

所在地 : 鳥取県境港市中心市街地
(本町アーケード商店街、松ヶ枝町商店街、西本町商店街、新道元町商店街)

商店街の類型 : 観光対応型商店街



ねずみ男と満開の桜並木



観光客でにぎわう商店街

バリアフリーでお年寄りにやさしい街づくり

！ ここがポイント

高齢化社会を迎え、認知症対策の「おかげ天神」、交流館「いっぷく亭」、段差のない「バリアフリー街路」など「お年寄りにやさしいまちづくり」を実現。



白瀧天満宮のおかげ天神

事業実施の背景

松江市は、古代出雲文化の中心地であり、歴史的な背景を持つ観光地が多数存在。風光明媚な土地柄により京都、奈良と並ぶ国際文化観光都市である。

松江市の中心市街地は、昭和50年代後半から郊外店舗や住宅団地の立地が相次ぎ、近年でもその傾向が続いている。

かつて水運の船着き場があり、白瀧天満宮の門前町として賑わっていた松江天神町商店街においても活力の低下が進み、平成7年には天神町周辺では、高齢化率が28%に達していた。

そこで、「全国に先駆けて高齢者の方の住み良いモデル地区にしよう。」という当時の松江市長や商店街関係者の発想に基づき、平成11年2月頃から官民が一体となって商店街の活性化方策を検討。平成11年5月に視察に行った「東京巣鴨のとげ抜き地蔵」を例に高齢者が出かける理由や口実は、「買い物」よりも「お墓参り」や神社・仏閣への「お参り」の方が出かけるやすいことがわかり、白瀧天満宮に認知症対策の神様「おかげ天神」を建立。高齢者向けの様々な事業を展開した。

この天神市は歩行者天国にして、(高齢者を対象とした商品群の)ワゴンセールやフリーマーケットを行い、大変なにぎわいとなっている。

事業の概要

天神市の開催

おかげ天神の建立に合わせ天神様の縁日として「天神市」(毎月25日)をスタート。天神市の開催日には商店街の道路を歩行者天国にして、高齢者を対象とした商品群のワゴンセールやフリーマーケットを行っている。

高齢者向け施設の設置

天神町商店街の中の空き店舗を2軒改装してふれあいプラザ「まめな館」、交流館「いっぷく亭」(バス停前)を松江市、社会福祉協議会と連携して設置。いつも老人ボランティアの人が必ず一人は留守番をしていて、一人で来られてもいつでも話し相手や湯茶の接待が出来る体制になっている。「いっぷく亭」の2階を松江市マッサージ協会と協力して、「マッサージルーム」を作るなど、充実が図られている。

電線付設アーケード、バリアフリー街路の整備

平成17年6月、アーケードの屋根の部分の下に電線を収納するボックスを設けたアーケードを設置。電線地中化と比べ工期も短く、工期の長期化による顧客離れを回避し、コスト削減を実現。

さらに、車道を15cmかさ上げし、歩道との段差を解消し、アーケードを歩く高齢者の安全性を確保している。

事業の効果

当初、「お年寄りにやさしいまちづくり」をコンセプトとした事業が「ひとにやさしいまちづくり」へと発展。

天神市の歩行者天国による安全で安心な環境の提供により、親子連れの来場、高齢者の生きがいづくりへの貢献と世代を超えた交流の場となった。

さらに、天神町商店街にとどまらず近隣4商店街連携による天神市の実施により、来店者の増加を促す事業を行う等の成果があった。

また、精神障害者通所授産施設の「まるベリー松江」が松江市郊外から移転し、平成17年4月にオープン。地元商店との連携事業がスタートするなど、ひとにやさしいまちのイメージが定着した。

事業の課題

定住人口をいかに増やすかが当面の課題。この町に付加価値を見だし、この町で生活ができるようにし、商店街の活性化に繋げる。

この目標の実行に向け、商店街の枠組みから町の枠組みに変化した実行組織の立ち上げが急務である。



いっぱく亭

松江天神町商店街

所在地	: 島根県松江市
会員数	: 24 商店
商店街の類型	: 地域型商店街
関連URL	: http://www.h6.dbn.ne.jp/~tenjin/



天神市のにぎわい



天神まめな館



電線付設アーケード

「昭和」をキーワードによみがえった商店街

商店街等活性化事業の事例

大分県豊後高田市 豊後高田市内8商店街

！ ここがポイント

商店街に元気を取り戻そうと行政・商工会議所・商業者の3者が協力し合い「昭和」をキーワードにまちの再生へ向けた共同作業を展開。



観光客でにぎわう商店街の様子

事業実施の背景

大分県豊後高田市は、「^{ほとけ}仏の里」として名高い『^{くにさきはんと}国東半島』の西部に位置し、豊かな自然と温暖な気候に恵まれている。10万人の商圏を持つ市内商店街は、市の中心部を流れる桂川によって2分され、西側に6商店街、東側に2商店街があり、それぞれが江戸時代から昭和30年代にかけて、県北地域の商業の中心地として栄えた。

しかし、昭和30年代以降、人口は減少し続け、昭和40年の宇佐参宮鉄道の廃線やモータリゼーションの進展による人の流れに変化が起こったことなどから、中心商店街も急速に衰退。かつての賑わいも「昔話」となり、ついに、「商店街を歩くのは人よりも犬や猫の方が多い」、「鉄砲を撃っても人にあたらない」とも表現される様相となる。

衰退したまちの再興への道を模索する中、商工会議所を中心とした「豊後高田商業まちづくり委員会」が立ち上がる。繰り返し行なわれる検討会議の中で、活性化へのテーマを「中心市街地」と決定。市街地の古代から近代に至る歴史の調査から始まり、その時間・

空間軸を1枚の地図に組み込む「豊後高田市ストリート・ストーリー」を作成。既存の市街地、その歴史的背景、まちづくりの先例といったそれぞれの要素を考慮し検討する中で、古くて不便だばかり思っていた既存商店街が、実は歴史と伝統のある昭和の姿をとどめた魅力があることがわかり、全国的にブームになりつつあった「昭和」がこのまちのテーマであることを確信する。

「昭和」というテーマの決定後は、行政・商工会議所・商業者の三者一体で1年をかけて「まちなみ実態調査」を実施。徹底したまちの分析から既存商店街の建物の約7割近くが昭和30年代以前のものということが判明。歴史を振り返る中で市が最も元気であった昭和の商店街再生に向けた取組みが始まる。

事業の概要

昭和にちなんだ4つのキーワード

まず「昭和の建築再生」として、各商店のパラペットを外し、以前の看板をむき出しにすることで昭和の街並みを再現。次に「昭和の歴史再生」として、各店に伝わる珍しいお宝を一店一宝として展示。そして、「昭和の商品再生」として、その店自慢の商品販売を実施、そして最後にお客さんと直接対話し、ふれあうことによる昭和30年代と変わらないおもてなしをする「昭和の商人再生」といった4つのキーワードでまちづくりが進められた。

核施設の整備

空き店舗を活用したチャレンジショップや店舗の修景等に加え、商店街に隣接する巨大な米蔵を改修し、まちの拠点施設「昭和口マン蔵」とし



昭和ロマン蔵（駄菓子屋の夢博物館）

て整備、同蔵内に10万点を超える古いおもちゃを展示する「駄菓子屋の夢博物館」をオープンした。この博物館の館長であるおもちゃコレクター小宮裕宣氏については、商工会議所関係者が福岡県へ何度も足を運び、口説き落とした。まさに「企業誘致」ならぬ「人材誘致」である。また、「昭和の町」のシンボルマークでもある黒崎義介画伯の絵本原画を展示した「昭和の絵本美術館」もオープン。さらに、国東半島の食の情報発信施設として観光バスの団体客も収容可能な和食レストラン「旬彩南蔵^{しゅんさいみなみくら}」を整備。メニューの監修や設計は著名な専門家が手掛けた。

商店街でのイベント

商店街では、「街並みめぐり」や「おかみさん市」といった自主イベントを開催している。この勢いは若者にも波及し、「昭和の町音楽祭」を生み出し、文化面にもにぎわいの相乗効果を生み出している。

観光まちづくり株式会社

このにぎわいを継続し、市内全体に波及させるため、「豊後高田市観光まちづくり株式会社」を設立した。「昭和の町」におけるマネジメントを行い、会社の利益は、まちづくりへと還元し、「昭和の町」及び地域観光の「質」を維持できる仕組みの構築を図っている。

事業の効果

年間5万人の観光客を見込んでスタートした「昭和の町」だが、メディアに多く取り上げられたこともあり、予想をはるかに上回る25万人を超える観光客が訪れ、奇跡的に商店街に活気がよみがえり、店主にも笑顔が戻った。同時に、全国から年間100件以上の視察が来るようになり、店主らは、観光客・視察団体と市内のお客の対応に大忙しである。

事業の課題

増加する観光客への受入体制として、土産品の開発、駐車場等の整備、店主の高齢化による各商店の継続等

「昭和の町」として、観光客にも、地元消費者にも愛される商店街・まちづくりの推進

豊後高田市内 8 商店街

所在地 : 大分県豊後高田市

会員数 : 8 商店街 136 商店

(新町1丁目商店街、宮町商店街、新町2丁目商店街、稲荷商店街、中央通り商店街、駅通り商店街、銀座街商店街、中町商店街)

商店街の種類 : 地域型商店街

関連URL : 豊後高田昭和の町

<http://www.showanomachicom/>



商店街を中心に各種イベントを開催

中心市街地内での店舗集団化事業の展開

商店街等活性化事業の事例

宮崎県都城市 オーバルパティオ

！ ここがポイント

中心市街地内の区画整理事業に合わせ、魅力ある商業施設、共同でオープンスペースに中庭を持った商業集積の形成を目指して整備。



オーバルパティオの外観

事業実施の背景

宮崎県都城市は宮崎市と鹿児島市のほぼ中間にあり、陸海空の交通の利便性を生かした生活圏の中心都市として、また、南九州の産業・教育・文化の中核都市として着実に発展している。

しかしながら、本格化したモータリゼーションの波に洗われ、市街地の拡大や大型店の郊外立地とともに、中心市街地における小売販売額の伸び悩み、人口流失・減少が進んでいる。また、店舗の老朽化と空き店舗の増加、経営者の高齢化、後継者不足等の問題もあり、早急でしかも総合的な対応が迫られている。

このような状況の中、中心市街地整備に向けて「特定商業集積整備計画」「中心市街地活性化基本計画」等の策定及び中心市街地における土地区画整理事業、駐車場整備、ホール建設等の様々な事業を展開している。

そして、この中心市街地再編の中で、商業空間の新しい創出と活性化を目指した地元商店街の有志6人が「協同組合都城オーバルパティオ」を設立し、地元商店街活性化に取り組んでいる。

事業の概要

中心市街地における土地区画整理事業に合わせ、賑わいの増進や集客の向上を図るため、地元商業者でつくる協同組合が店舗を集団化し、イベント広場や駐車場を備えた魅力ある商業空間オーバルパティオを整備したものである。

オーバルパティオとは？

「オーバル」というネーミングには、さまざまな夢が生まれてくる「タマゴ」という意味とともに、「価値を超える真価の提供」という意味も込められている。

「オーバル」は単なる「売場」ではなく、そこで過ごす時を楽しめる場所、時間消費型の「まち」として位置付けられる。

建物配置

2階建て低層型の5棟と平屋の1棟から構成されており、南欧の小さなリゾート地の雰囲気、自然素材を使った明るく健康的な生活提案型店舗の集合体として位置付けている。

そのため、建物＋駐車場という一般の商空間に加えて、広場、通り、路地、外部階段、ブリッジといった「まち」の形成要素を取り入れ、本来の「まち」が持ち合わせている界限性の創出を図ってきた。

事業の効果

集団で整備したことにより、周辺地域のカラー（色・まちの特色）が創出され、「オーバルパティオ」に協調した形での新規出店が増え続けている。

このことにより、既存商店街とは性格が異なる1つの“まち”が形成され、今まで少なかった若者が中心市街地に再び戻りつつある。

また、中心市街地内での回遊の拠点として、“ま

オーバルパティオ

所在地 : 都城市
 会員数 : 8 商店
 関連URL : <http://www.ovalle.jp/>

建物・敷地概要

店舗 鉄筋造 2 階建 5 棟 鉄骨造平屋建
 1 棟 延床 2,153.8 m²
 広場 955.0 m²
 駐車場 1,548.9 m² 収容台数 70 台
 敷地 4,239.7 m²

ち”全体の集客力アップに寄与している。

さらに、整備するまでの事業者達の動きが建設だけに留まらず、市街地活性化に向けての新しい動きにもつながり、中心市街地内の他商店街の意識改革のきっかけとなっている。

現在では、隣接する「チャレンジショップ」の指定管理者として新規創業者の育成支援も行っており、名実ともにまちのリーディング的役割を担っている。

チャレンジショップ: 新規創業者のための支援施設
 店舗数: 4 店舗 (すべて営業中)

事業の課題

現在、「オーバルパティオ」周辺地域は、土地区画整理事業の完了、交流プラザ(ホール)・パーキングオープン等ハード面が整備され、それに伴い、新規出店も増えてきており、今後、既存店と新規店とのつながり及び協力体制が必要になってくる。

また、「オーバルパティオ」は中心市街地に新しく生まれた「まち」であり、既存の「まち」との回遊性を図るための合同イベントの開催等も今後進めていく必要がある。

魅力のある「まち」の多くが長い時間によってつくられ、まちの奥行きを増してきたように、「オーバルパティオ」を中心とした地域が、不足する業種やサービスなど業態的な補充を積極的に行い、かつ、既存店も新しい魅力を常に更新しながら、創出、発信する拠点となる必要がある。



都城市中央東部地区土地区画整理事業



事例検討小委員会委員名簿

石原 武政	関西学院大学教授
大西 隆	東京大学教授
横森 豊雄	宮城大学大学院教授
藻谷 浩介	日本政策投資銀行地域企画部参事役
森田 博行	独立行政法人中小企業基盤整備機構 地域・連携推進グループコンサルティング課長

(敬称略、50音順)

お問合せ先

経済産業省

中小企業庁 経営支援部 商業課	03-3501-1929
北海道経済産業局 産業部 流通産業課 商業振興室	011-738-3236
東北経済産業局 産業部 商業・流通サービス産業課	022-263-1194
関東経済産業局 産業部 流通・サービス産業課 商業振興室	048-600-0316
中部経済産業局 産業部 流通・サービス産業課 商業振興室	052-951-0597
近畿経済産業局 産業部 流通・サービス産業課	06-6966-6025
中国経済産業局 産業部 産業振興課 流通・サービス・商業室	082-224-5653
四国経済産業局 産業部 産業振興課 商業振興室	087-863-3518
九州経済産業局 産業部 流通・サービス産業課 商業振興室	092-482-5456
沖縄総合事務局 経済産業部 中小企業課	098-862-1452

編集 中小企業庁

〒100-8912 東京都千代田区霞が関 1-3-1

電話 03(3501)1929

<http://www.chusho.meti.go.jp/>

