

平成 23 年度 商店街の新たな取り組み企画提案事業 事例紹介

当事業は、商店街等が主体的に現状を把握し、新たな取り組みのための研修企画を自ら提案することにより活性化の機運を高め、活性化策の実行につなげることを目的として実施されました。全国 55 ヶ所の地域で実施され、受講者総数は 1,800 名を超えています。

さまざまなテーマで課題の解決に取り組んでいただきましたが、ここでは 5 つの事例をご紹介します。

事例 1

実施機関：江戸川台駅前商店街振興組合（千葉県流山市）

テーマ：江戸川台駅前商店街新たな価値づくり構想作成

講師：鈴木実、伊藤大海

実施日：平成 23 年 11 月 11 日、12 月 9 日、平成 24 年 1 月 13 日

江戸川台駅前商店街は千葉県流山市の東部野田線、江戸川台駅前にあります。近隣には柏駅前の再開発や野田ジャスコ、流山イトーヨーカ堂などの大型店があり、最近ではつくばエクスプレスの開業にともないおたかの森、柏の葉の大型ショッピングセンターが近くにできました。昭和 40 年代をピークに駅前商店街は元気を失い、アーケードも老朽化しています。商店街の新たな価値づくり構想、ビジョンを作ろうというのが研修のテーマでした。

研修は三日間で行われました。初回の 11 月 11 日は「現状の課題共有」をテーマに、流山市の高齢化率の高さや周辺地域への商業集積の進出により、商圈が狭まっている現状を把握しました。また、商店街周辺には小公園などの緑が多いことも再確認しました。

二回目の 12 月 9 日は、「ストリートビジョン作成ワークショップ」をテーマとし、実際に商店街とその周辺を歩いて調査し、良いところ、改善すべきところを確認し、これまでの思いとのギャップを検証してビジョンづくりの材料を洗い出しました。

三回目の 1 月 13 日の研修で方向性が見えてきました。1km の商圈で、高齢者、子育て世代、共働き世代をターゲットとします。緑を活かしてショッピング・ストリート・パークの環境整備を目標とします。撤去費用や維持費用を考慮しながら老朽化したアーケードや舗道について、新たに制定される流山市の街づくり条例とすり合わせを行いながら対応していきます。



段差のないやさしい街にするには？



地図にプロットして討論

事例 2

実施機関：高山本町三丁目商店街振興組合（岐阜県高山市）

テーマ：健康づくり商店街構築に向けての課題と基礎づくり

講師：柳井雅也、黒田真由美、近藤紀巳

実施日：平成 24 年 2 月 4 日、2 月 17 日、2 月 24 日

高山本町三丁目商店街は、世界遺産の白川郷の玄関口である高山の中心部にあります。高山には年間 350 万人の観光客が訪れます。歴史・文化遺産だけではなく自然にも恵まれています。健康づくり商店街とは、飛騨に自生する野草やハーブを楽しみ、街や周辺をウォーキングして楽しみ、商店街が観光客と交流することをねらっています。

初回の 2 月 4 日のワークショップでは、「ハーブ」、「町の宝物」、「改善点」というお題に受講者のアイデアを出し合いました。「段差のない人に優しい町」が町の宝物としてあがっていました。他地域の成功事例としてマルシェの運営についても学びました。

二回目の 2 月 17 日はハーブについてです。飛騨地方に自生する野草やハーブを知り、アロマセラピーが科学的、化学的なものであることを認識して、蒸留器によるハーブウォーターの抽出実験も行いました。

三回目の 2 月 24 日は正しいウォーキング法を身に付けようという企画でした。地元の人も観光客もウォーキングで交流し、足元に広がる自然資源を満喫してもらう、その起点に商店街がなるという試みです。

一見、商業から離れているようでありながら、実はターゲット視している観光客を商店街に取り込む意図があります。



町の宝物は？



ハーブウォーターの抽出

事例3

実施機関：小樽市商店街振興組合連合会（北海道小樽市）

テーマ：演出の匠による実践テクニック＝小樽のお店の Before-After

講師：沼澤拓也、内田三紗子

実施日：平成23年11月4日、11月8日、12月2日

小樽駅前から海に向かって中央通りを進むと、右手に小樽最大の商店街である都通り商店街、サンモール一番街商店街が連なっています。カラー舗装の道路幅は広く、アーケードは高さもあり巨大です。観光客が多いため、喫茶店や飲食店も多く、また洋品店、呉服店がとても多いことも特徴です。

研修のテーマはPOP、ディスプレイによるお店の演出です。初回の11月4日はかばん・洋品店のショーウィンドウを魅力的にディスプレイする技を講師が披露しました。公開臨店研修でしたので多くの商店街関係者、お客様が見学に来られました。

二回目の11月8日は、旧ガラス店の歴史ある建物で開業しているレストランのディスプレイに別の講師が挑戦しました。こちらもクリスマスシーズンを意識して、華やかな仕上がりになりました。

三回目の12月2日は二人の講師を迎え、受講者とのディスカッションを行いました。講師から公開臨店研修を行った二店舗のPOP、ディスプレイの制作意図が明かされ、受講者側からは自分のお店でPOP、ディスプレイを行う上での悩みや相談の質問が寄せられました。



ビフォー



アフター

事例4

実施機関：観音寺商店街連合会（香川県観音寺市）

テーマ：情報発信におけるベストミックス～最新の情報発信におけるネットワーク構築法を学ぶ～

講師：熊紀三夫、亀山初美、川西健雄

実施日：平成23年12月14日、1月22日、2月5日

観音寺市は香川県の西端に位置し、瀬戸内海に面して高松からは電車でおよそ一時間のところにあります。郊外に進出した大型量販店に客足を奪われ、中心市街地の活性化が急務です。地域資源を再認識して、効率的に情報発信し、にぎわいを取り戻したいと考えました。情報発信の先進事例を学び、ベストミックスを見出して情報発信のネットワークを作ろうというのが研修のテーマです。

初回の12月14日は、高松丸亀町商店街振興組合から講師を招いて、高松丸亀町のコミュニケーションによるまちづくりについて学びました。地域のコミュニティーに求められている情報発信の方法をいかに観音寺の商店街に落とし込むかが課題となりました。

二回目の1月22日と三回目の2月5日は、ワークショップです。情報を発信する側、受信する側のそれぞれの思い、デジタル情報とアナログ情報の特性、強みと弱みについて受講者の意見が飛び交いました。ブログ、メルマガ、facebookやTwitterをいかに効果的に使うかという講義もありました。

情報発信の効果の測定は簡単ではありませんが、学びと実践を繰り返し、観音寺の地域資源、商店街の魅力を発信し続けていきます。



デジタル情報とアナログ情報とは？



SNSって何？

事例 5

実施機関：岩見沢市 4 条通り商店街振興組合（北海道岩見沢市）

テーマ：商店街の未来をデザインする

講師：長江孝、石井宏和

実施日：平成 24 年 1 月 31 日、2 月 25 日、2 月 28 日

岩見沢は札幌と旭川の間であり、札幌からは電車で 30 分のところにあります。冬は積雪量がとても多い豪雪地帯です。近年、国道やバイパスのロードサイドに多くの大型店が出店し、古くからの商店街はダメージを受けています。その中にありながら、岩見沢市 4 条通り商店街は、年末年始大売り出し、100 円商店街、ちびっ子百うす（ちびっ子餅つきイベント）などの事業に取り組み、空き店舗もほとんど無い状況にあります。しかし、後継者のいる商店は約 14%と少なく、後継者対策、担い手となる若手人材の育成が課題です。

研修のテーマである「商店街の未来をデザインする」は、商店街の未来を考えて後継者対策や担い手となる若手人材の育成に取り組もうという試みです。

研修はワークショップ形式で行われました。初回の 1 月 31 日は、4 条通り商店街の歴史を振り返り、現状マップと理想とする未来マップを作りました。

二回目の 2 月 25 日は、一回目の研修後に実施した「ママさん困りごとアンケート」の結果を踏まえて、理想とする商店街の未来マップをさらに作りこみました。

三回目の 2 月 28 日は、現実と理想のギャップの検討を行い、すぐにできる改善策を実行することと、将来はこうありたいという理想の姿が確認されました。

この研修では商店街からの呼びかけで、子育て世代のママさんや市内の大学生や若者にも参加してもらいました。商店街関係者だけではなく、ママさんや学生、若者たちを巻き込んでコミュニティとしてのまちづくりを進めていく方向性が見えてきました。



未来マップを検討しよう



こんなアイデアはどうですか？