

事業名称 **We Love 折尾 スィーツプロジェクト**

商店街名 協同組合折尾商連

### 背景と課題

従来の「おりをろまん」は高校生が放課後に製造するため少量生産で、普及できる新たなスィーツの開発が求められていた。商連中心に新たな折尾名物スィーツを誕生させ、様々な販売チャンネルを開拓し面的に広がっている商連加盟地域を一つのまとまった商店街として醸造させようとした。特区活用で学園大通りを線的な商店街として新たな軸にし、大規模開発事業が進む折尾地区のソフト面における活性化の柱として期待が高まった。

学園大通りは歩道の狭さや傾斜歩道上の自転車通行等でゆっくり滞在できない。業種配置や集積、商品構成にも課題があり、通行者の多くを取り込めていない。折尾を代表する土産物、イメージや印象を伝えられる特徴的な産品も少なく、地区の位置もあまり認知されていない。折尾地区総合整備事業の影響もあり、工事期間中の来街者の滞在時間の減少や近年増加している周辺住宅地の住民が安心して来街できない状況である。当地区の購買傾向は周辺大型店で買い物志向が強く、折尾商店街で買い物するという認識が低い。

新たな取り組みとして筑豊炭田からの石炭の輸送に重要な役割を果たし、日本工業の近代化の役割を担った運河「堀川」（黒田藩家老栗山大膳が380年前に開削）と米や石炭等を運搬した五平太船等の堀川関連の歴史や学園都市折尾を象徴するテーマを基に地域住民や留学生に食される「新折尾名物」の開発と折尾を代表する産品の出現を望んできた。

平成 25 年度に実施した全国商店街支援センター「トータルプラン作成支援事業」調査コースにおける地域住民ヒアリングにおいても同様の意見が挙げられていた。

現在、商店街が企画する行事やイベント等も限られているが、加盟店約 100 数店舗の中で温度差もあり、取扱商品を通してのつながりや相互間の連携も希薄。特に学園大通りは来街者が休憩や滞留できる休憩施設がなく、広い歩道にオープンカフェ、露店、デリバリーカー等を導入して賑わいづくりやイベントや催事を行うことは効果的な方法であるが、道路交通法の関係で歩道の使用が制限され実現は極めて難しかった。

また、地域住民と商連が共同で取り組める地域活動も必要性は認識しながらも具体策立案に至っていなかった。

### 活用資源

- 北九州市役所：特区申請、警察との協議のサポート
- 折尾東婦人会、折尾西町内会：試食会・モニタリング調査、プランター植込サポート
- 折尾愛真高校：試作品開発、試食会・モニタリング調査サポート、パッケージデザイン応募協力
- 折尾高校・自由ヶ丘高校：パッケージデザイン応募協力
- サンリブ折尾店：モニタリング調査の会場提供
- 福原学園交際交流留学生支援室・学研ボランティアの会：留学生への呼びかけ
- 北九州商工会議所：事業全体のサポート、調査等当日の運営支援

### 目標

- ①定量目標：商品満足度の調査 7 割以上
- ②定性目標：折尾知名度アップ、関係団体と関係強化等

### 特徴

- ① 点在する商店群を「一つの商店街」として認識してもらう
- ② 「特区認定」による歩道の有効活用とにぎわい創出

### 解決の筋道、スキーム、実行内容

#### ① スィーツ新折尾名物の開発

「新折尾名物」として、地域にも親しまれ土産として重宝される菓子を**高校生のアイデア**によって試作し、折尾に来街する留学生や地域住民を対象に試作品の「発表と試食会」を多くの方が集まる場所として学園大通りで行う。特区を活用したイベントの実施を通して、**新スィーツ発表、試食会を開催し、ネーミングやロゴ、パッケージデザインを完成**させた。

試食会は学園大通りで 2 回、モニタリング調査はサンリブ折尾店で 2 回開催。アンケート形式で評価の高いものとその「ネーミング」を実行委員会で採択。高校生がデザインした作品をデザイナーに校正させ実行委員会で最終決定した。

地元の菓子製造者に新名物の製造を託し、従来の少量生産から安定した供給体制を確立させながら、菓子製造者にも本事業参画を促し、「プロの視点」も取り入れて商品力を高めた。

スィーツ新製品の開発でシリーズ化を図ることで、加盟店の取扱選択肢が増え、試作会を通じ今まで取り込めなかった留学生を含む学生達、若い世代をリピーター集客できるようになる。様々なイベントを通じて学園大通りの認知度アップが図られ、折尾商店街として更なる一体感が生まれ、ネームバリューも上がり、賑わいが確かなものになる。商店街と学校、地域との連帯が深まり、地域盛り上がり一体感が得られることでリピーター増加に繋がり、商店街への来街頻度を向上させることが可能となる。

#### ② 学園大通りの特区を活用したにぎわい創出

総合整備事業の進捗に伴い、従前より学園大通りを含めて店舗数が減少しており、商店街の認知度が下がっている。また、折尾地域の新たなメイン導線として通行量の多い学園大通りの新たな活性化策が求められていた。

定期イベントの開催、来街者をおもてなしするための加盟店参加のオープンカフェ、デリバリーカー、露店、休憩施設等を設置するなど一体的な学園大通りの魅力アップ策が望まれる中、北九州市が「国家戦略特別区域」（以下「特区」という）の指定を受けたことで、特区認定を前提に活用した。

学園大通りでは折尾商連が中心となり、**外国人留学生や地域住民の参加を得て「花いっぱいプランター」を歩道上に配置し、休憩施設として「ベンチ」を設置**。学園大通りを学研都市から折尾商店街へのエントランスととらえ、四季折々の花プランターを配置し、**歩道を活用した「おもてなし」**を試みた。新スィーツ完成と認知度アップのため折尾商店街のエントランスとしての「学園大通り歩道」を活用し、定期的なイベント、催し等を実施することで、周辺加盟店に一体感が生まれ、面としての商店街を感じて頂け、賑わいのある、心温まる商店街をアピールすることができる。

### 結果

見た目は「良い」が 69%、「おいしかった」が 86.6%、「勧めたい」と合わせて 95.2%と高い評価を得た。価格において最安値ではなく 100 円～120 円が 42.2%と最も高く単なる有料無料ではなく一定の水準における評価を得ることができた。

商連加盟製菓店が次年度から試作品開発した高校製菓コース卒業生を採用決定。ますます高校と商連の結びつきが強まった。プランター設置は町内ボランティアと新たに関係構築。商連未加盟店とも協力のきっかけになった。プランター植込作業へ参加を再度要請し 7 名が新たに参加。学園大通り活性化計画を検討する場を設定する方針が固まった。

### 新たな課題、今後の発展

**【新たな課題】** 公募ネーミング、パッケージ等デザインの整合で統一感が出せず時間を要した。包装資材、販売用冷凍庫の確保及び貸与や保健所の許認可を要確認。高校レシピおよび原価計算と製造委託予定業者とのコスト隔たりでコスト増を懸念。

プランター・ベンチ設置に関し、夜間の視認性と容易な移動不可に考慮。設置物への広告の禁止等の徹底。

**【今後の発展】** サイズ、1 箱あたり個数、価格妥当性、冷凍商品輸送方法、冷凍庫購入方法等について再検討。

商品名「ビスコッティ・レガーロ」、1 箱 6 ケ入り 1200 円、販売開始は平成 29 年 5 月を予定し、商連加盟店舗を中心に 10 箇所販売。製造はレオ洋菓子店に委託。総合整備事業が完了し折尾駅舎が完成すると構内売店でも販売事業者と連携し本商品を販売。軌道に乗ればネット販売にも進出。