

平成23年度 支援パートナー派遣事業 支援事例紹介

当事業は、地域商店街活性化法（以下、「法」という。）の施行に伴い、商店街活性化事業計画の認定を各商店街の実情に即したサポートを行うことで、補助金等を有効に活用した地域商店街活性化を支援しています。

平成23年度は、51商店街に対し支援パートナーを派遣し、認定のサポートを行いました。

ここでは、23年度に認定を取得した5商店街の事例を紹介します。

支援事例 1

田名部駅通り商店街振興組合（青森県むつ市）

認定事業名：「子どもからお年寄りまで交流できる街づくり」による

「たなぶ七福通り商店街」活性化事業

認定日：平成23年4月18日

支援の背景

平成13年に大畑線廃止に伴い田名部駅が閉鎖され、ターミナル機能に依存する田名部駅通り商店街は、多大な影響を受けていた。また、スーパーやショッピングモールが周辺地域に相次いで出店したことから、当商店街の利用者が激減する状況が続いていた。

現状のまま手をこまねいた状態が続くことで空き店舗が増え、伝統ある商業地が衰退することは、単に商店街を形成する事業者だけの問題ではなく、むつ下北地域及び住民全体にとっても多くの損失を招くことになるのではないかと危惧していた。

そこで、今こそ抱えている様々なハンディを乗り越え、空き店舗等を活用し、世代を超えて利用できる施設の設置やサービスの提供、各種イベントの実施に取り組み、結果として、子どもからお年寄りまで安心して集い、立ち寄れる街づくりを目指していきたいと考え、平成23年度に地域商店街活性化法による商店街活性化事業計画を作成・認定を目指すこととし、支援パートナー派遣事業に応募した。

支援の内容

応募に基づき支援パートナー（登録専門家）齋藤多喜夫氏を平成22年8月から12月まで7回派遣した。

「人にやさしく、地域にやさしい街づくり」をコンセプトに、空き店舗を活用し“まちの駅 七福”の交流拠点の設置や“七福こどもネブタ館”の体験交流施設の設置等による世代を超えて利用できる施設の整備、子育て中の買い物客の利便性

を高めるための託児サービスの提供、各種賑わい創出イベントの実施に取り組むことにより、子供からお年寄りまで安心して集い、立ち寄れる街づくりを目指した事業計画の作成、地域商店街活性化法の認定を行うため、支援を行った。

商店街活性化事業計画の内容

地域住民ニーズ

商店街利用者へアンケートを実施したところ

1. 子育て家族、高齢者等に対応するサービスが欲しい（20%）
2. 商店街での食を提供する場所が欲しい（16%）
3. 商店街の特色を活かした定例的なイベントの開催に取り組んで欲しい（12%）との声が多かった。

計画期間

平成23年4月～平成28年3月（5年間）

実施計画の内容

七福をモチーフにしたこどもねぶたや、地産地消をテーマとしたグルメ収穫祭等、地域住民参加型のイベントを実施するとともに、空き店舗を活用した託児サービスの実施、ねぶたを配した案内板や高齢者等の休憩するベンチの設置、街路灯のLED化を実施する。

商店街活性化事業の目標 ※項目のみ記載し、具体的数値は記載しません。

来街者数の増加

空き店舗率の減少



支援事例 2

深草商店街振興組合（京都府京都市）

認定事業名：「地域のまんなか 暮らしのまんなか 深草商店街」

暮らしのサロンの拠点づくりをきっかけとした、商店街まるごとサロン化事業

認定日：平成24年4月13日

支援の背景

深草商店街振興組合は、江戸時代には参勤交代に使われた大阪と京都を結ぶ本町通沿いに位置する地域密着型の商店街である。戦中、戦後は旧陸軍第16師団のある軍隊の町として知られ、昭和20年頃から商店街組織が形成され、軍人等を対象に商品を揃え栄えてきた。しかし、平成期に入った頃から、生活者のライフスタイルの変化、周辺へのスーパーの進出、不況等により衰退しはじめ、平成14年から平成19年の5年間で事業所数、従業者数、年間販売額、売場面積は、それぞれ、大きく減少した。

このような状況のもと、深草商店街振興組合では、地域密着型商店街としての再活性化を目指していきたくと考え、学識者、地域団体、行政等と連携した地域商店街活性化法による、商店街活性化事業計画を作成・認定を目指すこととし、支援センターの支援パートナー派遣事業に応募した。

支援の内容

応募に基づき平成23年度は支援パートナー（登録専門家）山本一馬氏を6月から翌年2月まで4回派遣した。

山本氏の支援のもとで、「地域のまんなか 暮らしのまんなか 深草商店街」と地域密着型商店街としての活性化を目指した。商業者と地域住民の相互の支えあいの気持ちを、いつでも実感することができ、補助金終了後も持続可能なビジネスモデルとなるよう心がけ、支援した。結果、「いつでも」「いつまでも」オープンしている拠点とするために必要なパートナーとの無理のない連携体制と信頼関係が築かれた。

商店街活性化事業計画の内容

地域住民ニーズ

来街者、商店街利用者に対して行ったアンケート調査を実施したところ、

1. 商店街らしい雰囲気や店に入りやすい雰囲気づくり（10.6%）、
2. 店舗の集積増や若年層需要への対応（29.9%）、
3. 顧客、住民へのサービス強化、イベント増、情報発信強化（16.0%）、
4. コミュニティスペースの設置やゆっくりすごせる店舗増（10.4%）、
5. 自動車、バイク等の通過交通に対して、安全で安心できる環境づくり（20.7%）などの意見があった。

計画期間

平成24年8月から平成27年3月（3年間）

実施計画の内容

地域住民の暮らしを支え、豊かにする拠点を形成するため、地域団体と商店街の連携のもと、空き店舗を活用した「暮らしの交流サロン」を整備・運営する。また、サロンを商店街全体に広めるため、地元小学校及び大学と連携し、高齢者や子育て層を対象とした福祉イベントを開催する。

商店街活性化事業の目標

※項目のみ記載し、具体的数値は記載しません。

販売額増加

歩行者等通行量増加



支援事例 3

北田・大手町商店街振興組合（鹿児島県鹿屋市）

認定事業名：地域資源を活かした環境対応型シェルター実証事業

～水と緑と文化が融合した人に優しい湧水商店街～

認定日：平成24年4月13日

支援の背景

北田・大手町商店街は、九州最南端の大隅半島で唯一の中心市街地に位置する。組合員20人。近年は、大型スーパーの郊外出店、バイパス沿線へのロードサイド型店舗の出店等に伴い、衰退が著しかった。

そのような中、昭和54年に改築していたアーケードが再び老朽化したため、組合内部で協議を重ねた結果、これを撤去することとした。組合員の中には、比較的若手・後継者が多く、近隣の豊富な湧水を資源として新しい取組にチャレンジする機運も高まっていた。これを契機に、今後の商店街のあり方を定めるため、地域商店街活性化法による商店街活性化事業計画を作成・認定を目指すこととし、支援センターの支援パートナー派遣事業に応募した。

支援の内容

応募に基づき、支援パートナー（登録専門家）佐藤皓嗣氏を平成23年6月から12月まで7回派遣した。

佐藤氏の支援のもとで、商店街のおかれている環境・地域資源などを見直し（SWOT分析）、地域住民ニーズを調査し、具体的な活性化策を検討した。

その結果、商店街に隣接してある豊富な湧水をナノミスト・緑のカーテンとして活用し、快適な歩行空間とすることにより、隣接の商業複合施設「リナシティかのや」（年間130万人集客施設）からの歩行者導線を確保するとともに、「冬のイルミネーションまつり」、「秋祭り歩行者天国」など各季節にも応じたイベントを開発することにより、魅力ある商店街を目指すこととした。若手の理事を中心に、全組合員が何度も協議を重ね、㈱まちづくり鹿屋の協力も得て、事業計画を作成した。

商店街活性化事業計画の内容

地域住民のニーズ

商店街利用者・来街者へのアンケートを実施した結果、

1. 湧水を利用した街づくりを望む 69%

2. 食と水の関連するイベントを望む 36%

3. 休憩所、集いの場があればいい 24%

などの声が多かった。

計画期間

平成24年4月～平成27年3月（3年間）

実地計画の内容

アーケードを改築し、夏は地域資源である水（ナノミスト）と緑（グリーンカーテン）により清涼感を演出し、冬は水（ナノミスト）と光（イルミネーション・LED）によってファンタジックな空間を創出するとともに、桜島の降灰対策を講じることで快適な歩行導線を確保する。また水や緑を活かした水神祭等のイベントを実施することにより、水・緑・文化をコンセプトとした人に優しい湧き水商店街を目指す。

商店街活性化事業の目標 ※項目のみ記載し、具体的数値は記載しません。

営業店舗の売上の増加

歩行者の通行量の増加

イベント開催時の集客人数

商店街の夏季における気温の低下



支援事例 4

前原中央商店街振興組合（福岡県糸島市）

認定事業名：糸島地区の「地域力」を活かした「医」「食」「人」で繋ぐ
安心安全のまちづくり事業

認定日：平成24年4月13日

支援の背景

前原中央商店街は、福岡県糸島市のJR筑肥線筑前前原駅前に自然発生的にできた商店街であり、街中にスーパーがあり、かつては糸島地域の中心として繁栄していた。しかし、当該JR線が福岡市地下鉄の直通化したため購買力が福岡市に流出し、また、駅反対側や郊外にも大型スーパーが進出し、さらに、街中のスーパーが平成24年夏の撤退を決定するなど、商店街の地域が相対的に衰退してきた。

一方で、糸島地域は、農畜産品や海産物などが産出され、安全・安心な新鮮でおいしい食材として「糸島ブランド」が定着している。さらに、海と山のレジャースポットとして、また、多様な遺跡・文化財をめぐるドライブコースとして、マスコミで「糸島」が広く紹介され、多くの人を訪れている。

商店街は、法人格がなかったが、再生の機運が高まり、有志が中心となって平成22年8月に協同組合を設立した。

支援の内容

支援の応募に基づき、地域商店街活性化法による商店街活性化事業計画を作成するため、平成23年度に、支援パートナー（登録専門家）榎本健次氏を、6月から8月まで4回、派遣した。

榎本氏の支援のもとで、設立されたばかりの協同組合へ、隣接商店会等から大幅に組合員を増加した。また、商店街だけではマンパワー不足を認めないため、地域（住民・商工業者・観光協会・近郊の大学生など）力を活用することとした。

商店街活性化事業計画の内容

地域住民のニーズ

商店街利用者等へのアンケートを実施したところ、次の活性化活動を望む声が大きかった。

1. 安心・安全なまちづくり 57%
2. 糸島地区の特産品を活用した地産地消のまちづくり 54%
3. 空き店舗を活用したチャレンジショップ 54%
4. 地元食材を使った気軽な飲食店 51%

計画期間

平成24年4月～平成27年3月（3年間）

実施計画の内容

「安全安心」「医商連携」のコンセプトのもと、地元の安全な食材等を提供するアンテナショップの設置や買い物支援、街路灯の設置等による安全安心なまちづくり、イベント時に医師会等と連携した取り組みを行う。また、休憩所や商店街の案内機能等を有した「くつろぎカフェ」を設置し、運営については近郊の大学生などのボランティアで構成する「商店街なんでもガイド」が行い、地域住民を呼び込む仕掛けを展開する。

商店街活性化事業の目標

歩行者の通行量の増加

商店街の売りの維持



支援事例 5

内子まちづくり商店街協同組合（愛媛県内子町）

認定事業名：「うち来んかい！笑顔満開ハートフル商店街」活性化事業

認定日：平成24年4月13日

支援の背景

内子商店街は、江戸時代から流通の拠点として繁栄してきたが、人口減少・少子高齢化、近隣市町における郊外型店舗の台頭により、近年、地域住民の商店街への利用意識は急激に薄らいでいた。

内子町商店会の会員数は平成23年には80軒にまで減少しており、商店街としての集客力向上が早急な課題となっていた。また、その一方で、30代40代の後継者が比較的多く都市部からUターンし事業承継していて、各種イベントや伝統行事等に対して活発に活動できているが、高齢経営者の店舗にとってはそういった全体活動が負担でしかないという現状もあり、そのバランスについて効率的に再編する必要がある。

そこで「うち来んかい！笑顔満開ハートフル商店街」をコンセプトに、地域住民と観光客、若い世代と高齢世代、買い物という行為だけの場所ではなく、【おせったいの心】による憩いの交流空間、安心・安全でゆっくりと楽しめる場所として、地域における当商店街の存在意義を確立していくため、地域商店街活性化法による商店街活性化事業計画を作成・認定を目指すこととし、支援センターの支援パートナー派遣事業に応募した。

支援の内容

応募に基づき、支援パートナー（登録専門家）齋藤多喜夫氏を平成23年6月から平成24年1月まで7回派遣した。齋藤氏の支援のもとで、内子の歴史的町並みと町衆文化の「おせったいの心」を生かした交流空間の街づくりを目指して、オープンカフェを併設した農商工連携の特産品を提供する交流拠点の整備や、伝統的建造物の空き店舗を活用した飲食店や手工芸等起業家のチャレンジショップ整備、個店軒下・店先のポケットパーク的活用による歩行者の安全と癒やし空間の整備、地域資源にこだわった環境の整備を始め、地域特性を活かした賑わい創出イベント、伝統技術を活かしたLED街路灯整備等の事業計画の作成、地域商店街活性化法の認定を行うため、支援を行った。

商店街活性化事業計画の内容

地域住民ニーズ

商店街利用者へのアンケートを実施したところ以下の声が多かった。

1. 魅力あるお店の誘致等、店舗数の拡大 43.9%
2. イベント・お祭り・娯楽 34.8%
3. 地域情報・商店街情報サービス 33.6%
4. 内子らしい土産・特産品店 33.2%
5. ふれあいスタンプのポイントカード化 26.9%
6. 休憩場所（公衆トイレ）・交流施設 23.7%

計画期間

平成24年4月～平成27年3月（3年間）

実施の内容

伝統的建造物の空き店舗を活用したチャレンジショップや、地域住民と観光客の交流拠点、街並みに応じた街路灯整備など、地域資源を活かした商店街の環境整備を行う。

また、休憩スペースの整備やスタンプカード事業等を通じて顧客サービスの充実を図るほか、情報発信機能の強化や地元農産品を活用した新商品開発、地域特性を活かしたイベント等を実施し、商店街の魅力向上を目指す。

商店街活性化事業の目標 ※項目のみ記載し、具体的数値は記載しません。

店舗数の増加

来街者の増加

各店舗売上額の増加

