

テーマ 地域の子供達とご家族が一緒になって商店街を楽しみ・安全・安心
に買い物ができる「商店街のワクワク公園化事業」

商店街名 協同組合岡山市栄町商店街

<背景と課題>

当商店街は、岡山市北区表町にあり、岡山を代表する大型の表町商店街の一つとして中心部に位置している。別名桃たろう商店街と呼ばれている商店街である。以前はかなりの集客数を誇っていたが、周辺に郊外型のショッピングモールが乱立し、一昨年度には岡山駅前に大型のイオンモールが出店した。

それにより、通行客数の減少や、商店街も空き店舗が目立つようになった。加えて店主の高齢化も見受けられ、一部ではイベントのマンネリ化も囁かれていた。これらのことから、新しい取り組みによって、当商店街の魅力を創造していく必要性に迫られていた。一方で、当商店街では桃たろうポケットという休憩スペースを設け、買い物しやすい環境を整えつつある。また近隣に大型の川崎医科大学附属川崎病院の建設を控え、新しい商業環境が形成される予定になっていた。

並行して、子供専用の眼鏡店やダンスグッズの店舗等、子供に的を絞った店舗も出来始めている。これは、当地域が犯罪率も低く、子供にとって過ごしやすい地域になっていることも影響しているものと推察される。

そのような中、今後、当商店街としては、青年部の組織力を発揮し、今までの経験と発信力によって、新しい商店街像を作り上げる時期に来ているところであった。

<活用資源>

- ・桃たろうポケットという共有スペースを商店街中央に設け、いろいろな取り組みに使える空間を有している。
- ・当商店街は、相対する店舗の間のスペースが広く、アーケードもあり、道路面の活用ができる。
- ・空き店舗の前や内部等、比較的空いているスペースを利用できる店舗間関係を築いている。
- ・岡山最大の商店街である表町商店街の1つとして、組織的に動ける環境を持っている。また、県や市役所や商工会議所、マスコミに対しても素早くPRできる経験とネットワークを持っている。
- ・青年部とその下部団体として会員制の組織を形成し、いろいろな職種、業種の店舗が商店街活動に参画できるネットワークを持っている。

<目標>

- ・遊具利用者数 600人
- ・通行客数 平日 3150人
休日 6825人
- ・店舗動向 各店の目標として
客数 平日5%増、休日10%増
売上 平日5%増、休日10%増

<特徴>

商店街の天井面の開放や、テーブル、ベンチの設置、飲食屋台の出店等、遊具と一体となった公園化イメージが形成できた。子供達が段ボール迷路やフワフワスペースを利用することで、その動きを商店街全体に発信することができ、とても活気感が生まれた。その動きそのものが看板効果を生み出していた。また、連動した特売のワゴンセール等で、店舗の活性化にも繋がった。

<解決の筋道、スキーム、実行内容>

1. 商店街のコンセプトとして、ファミリー層を対象に、遊べて楽しめて買い物ができる商店街を目指し、安全で楽しい公園化イメージが醸成できる取り組みを検討した。
2. 近隣の公共施設で遊具を活用されているスペースがあった。そこが、とても活気感があり、にぎわっていたので、事業実施に際して、成功の可能性が事前に検証できていた。
3. 取り組み
 - 1) 通路スペースを使った段ボール迷路の設置
 - 2) 桃たろうポケットを活用したキッズハウス、滑り台の設置
 - 3) 元気に飛んで跳ねて遊べるフワフワスペースの設置
すべてには安全員をつけて、使用環境の見守りを行った。
4. 集客アップの為に、チラシは配布するものの、事前に表町商店街の合同チラシにも掲載してもらい、更にマスコミ各社にアナウンスを行った。より効果をPRできるようにテレビ取材に積極的に応じて、PR力を高めた。



<結果>

- ・遊具利用者数 600人→965人(60.8%アップ)
- ・通行客数 平日 3150人→3011人(▲4.4%)
休日 6825人→6706人(▲1.7%)
- ・店舗動向
客数 平日5%増、休日10%増
平日・休日共に83%の店舗が達成
売上 平日5%増、休日10%増
平日・休日共に71%の店舗が達成

<新たな課題、今後の発展>

- ・飲食店の不足、見て楽しめる雑貨店の不足
- ・トイレの問題(事前に用意していたが、再度告知を詳細にするべきであった)
- ・駐車場の対策(確保や割引券の発行等)
- ・店舗への誘導率の向上
- ・顧客参加型の取り組み
(お絵かきや工作を取り入れた公園化の形成)