

商店街 賑わい 読本

VOL.8

商店街・新時代の予兆と商人魂

商店街
賑わい
プロジェクト

「商店街・賑わいプロジェクト」

大阪商工会議所では、商店街振興・活性化を目指し

「商店街・賑わいプロジェクト」を実施しています。

同プロジェクトでは、「**財源確保**」「**人材育成・交流**」「**地域資源活用**」
「**地域連携促進**」「**地域課題解決**」の5項目を重要テーマとしてとりあげ、
各課題の達成・克服に向け、各種事業を展開中です。





「商店街・賑わいプロジェクト」の中心事業である100円商店街

商店街新時代の予兆と商人魂



そして、2010年4月、千林から始まり、京橋、生野、野田、黒門…と出前セミナーを「受講」した商店街は次々に100円商店街を開催し、大成功させる。不安は杞憂に終わり、「補助金無し」は、全く問題にはならなかった。逆に、自らの経費で実施をスタートさせたが故に、100円商店街は各地で持続・継続している。今日までに、京橋12回、野田11回、東成10回、千林とあびこが8回と、100円商店街は大阪市内の商店街に根付いたのである。

100円商店街と「次」の方策

「商店街・賑わいプロジェクト」は、大阪の商店街の底力、チャレンジ精神に支えられ、あわせて、100円商店街という強力な具体化ツールを得て、ここまで順調に推移している。実際のところ、商店街復興の歴史を振り返っても、100円商店街ほどの効果と支持を得た事業は見当たらない。それだけに、今後もこのノウハウを育み、更なる進化を目指すことが肝要である。

ただ、それに加えて、商店街活性化に向け、異なる、新たな手法や方策が必要であることも確かである。そこで、当冊子では、そのテーマを「商店街・新時代の予兆と商人魂」とし、大阪において「新時代」が感じられる新たな動きを採り上げている。もちろん、まだまだ大

100円商店街の拡がり

2013年2月9日。大阪市内で計100回目となる100円商店街が千林地域で開催された。2010年4月、大阪市内で最初の100円商店街が開催されたのもこの千林。わずか3年弱の間に、大阪市内20地域の50商店街で計100回もの100円商店街が実施されたのである。

新たな商店街支援のあり方

大阪商工会議所では、2008年から商店街の活性化を目指し、「商店街・賑わいプロジェクト」を展開している。同プロジェクトは、これまでの一般的な商店街支援のあり方を見直し、新たな支援のあり様を目指す、という想いのもとスタートした。基本的な考え方は、①商店街に補助金を出すのではなく、商店街が独力で持続・継続できる商店街活性化事業のノウハウの提供を行う、②個々のお店の販売繁盛、いわゆる個店振興に焦点を絞る、というもの。

この2つの考え方にマッチした事業として本所が採り上げたのが100円商店街。100円商店街は、①ノウハウがシンプルで実施しやすく、且つ開催に必要とされる経費が安い、②個々のお店の売り上げや新規顧客の獲得に直結することなどから同プロジェクトを具体化するにはうつつけの事業だったのである。



出前セミナーは既に60回以上も開催されている

きな流れにまでは進展していないが、可能性を孕んだ貴重な事例として参考にしていただきたい。

これらの事例に共通することがある。それは、いずれもが、他から「与えられた」ノウハウやテーマではなく、各商店街が必要を感じ、考え、取組んでいる独自事業である、ということだ。千林の「100ピースプロジェクト」、京橋の「井戸端ステーション」、生野の「おさんぽ商店街」、それぞれ、全く違うタイプの商店街振興事業ではあるが、その実施に当たっては、100円商店街で形成したネットワークや商店街内のチームワークなどの



大阪市内開催100回目の記念セレモニー

補助金を超える支援を目指して

ただ、正直なところ、不安な点もあった。その最大のもは、やはり、「補助金無し」という我々の考えに賛同してもらえるのか？ということ。実際、それまで、多くの商店街では、行政や業界団体等からの補助金を活用しており、その原資なくしては事業実施が難しい事例も少なくなかったからだ。

ただ、補助金は出さない分、ノウハウの指導・啓発については、①ノウハウをわかりやすく説明した冊子やDVDを作成し、広く配布する、②それらツールを用いて、大商職員が商店街に向かい、「100

「財産」を有効に活用しているところも共通している。

商店街内部の動きだけではない。中小企業診断士の有志の集まりによるゲリラオークションの試み、大手広告代理店の電通関西支社のクリエイターによる商店街PR事例など、いわゆる「外部」の個人や企業、組織が商店街を支援する動きが今、芽生えつつある。「新時代」は商店街自ら、そして外部からも始まりつつあるようだ。



今、求められる「商人魂」

当冊子では、あわせて、東日本大震災で被災した岩手県宮古市の商店街の復興活動を紹介している。大きな被害を受けた商店街が被災後すぐに販売を再開

円商店街出前セミナー」の開催など、これまでに例のない「きめ細やかさ」とサービスピリットで対応することにした。大商職員も商店街の現場に入つてノウハウを拡げようという考えである。

その方針は支持を得た。出前セミナーは、町の集会所を活用した100人以上の大規模なものから、閉店後の焼肉屋さんのお店を会場とした数人単位のものまで、各地商店街で60回以上の開催を重ねた。また、深夜にまで及ぶセミナーで、商店街関係者の意欲・熱意を直に感じ、そのポテンシャルを知ることが出来たことも収穫であった。



ノウハウが詰まった冊子「賑わい読本」とDVD

し、地域の復興を支えたことは商店街の存在価値、機能を考える上で忘れてはならない事実である。

津波で泥だらけになった商品を水で洗い、店頭で販売した「商人魂」。商人が「自分が出来ること」を追求した結果としてのまちの再生。売上げの減少、空き店舗問題、後継者不足など数多くの課題が山積する今、商店街が現状を打開し、新時代を切り拓くための重要なキーワードのひとつが「商人魂」である。当たり前のことではあるが、震災の経験の中で再認識された「真実」であろうと、感じている。



商人魂が復興の大きな原動力となった

「1000ピースプロジェクト」で地域の情報発信を千林商店街



千林のPR活動の中心を担うプロジェクトメンバー

「そこで、まずは「市民レポーター」を一般公募することを決定。市民レポーター募集に当たっては、地域の団体などにヒアリングを行い、「千林が大好き」

市民レポーターによる地域情報発信を目指す

「千林を盛り上げたい」という候補者をリストアップし、個別に接触、勧誘を実施した。あわせて、市民レポーター募集チラシを作成し地域で配布した結果、14名の方々から応募が寄せられた。

旭区の千林商店街は、大阪市内でも有数の賑わいをみせる商店街。平成22年4月には大阪市内で第一回目となる100円商店街を開催するなど、活発な商店街活動でも注目を集めている。

その千林商店街で、事業部・青年部を中心としたメンバーによる新しい広報PR活動が昨年9月にスタートした。その名も「1000ピースプロジェクト」。このネーミングには、1000にも及ぶような数多くの地域情報を集め、新たな手法で広く情報発信しよう、という想いが込められている。

新しい取り組み 1000ピースプロジェクト

「千林を盛り上げたい」という候補者をリストアップし、個別に接触、勧誘を実施した。あわせて、市民レポーター募集チラシを作成し地域で配布した結果、14名の方々から応募が寄せられた。

この14名のレポーターは、まず、①写真の撮り方、②企画の立て方、③デジタルツールを活用した情報発信の仕方、④記事の書き方、といったレポーターとして必要とされる基本的なスキルを講座に出席して勉強する。また、講座での実践や講評を通じてレポーターメンバー同士や商店街メンバーと親交を深め、仲間目線のチームを形成していく。講座終了後は、チームで話し合い、来年度の活動プランを決める。このような一連の活動を通して、レポーターと商店街メンバーが一つのチームとなり、主体性をもって活動計画を作成する。ここまでの事業の第一段階。2年計画の1年目の目途となっている。

計画2年目となる次年度には、レポーターによる「情報発信」を本格化させる。あわせて、次年度もレポーター募集を行う。二期生が次世代を育成する仕組みづくりを行う。そして、最終的には千林地域の商店街、自治会、サークル活動団体、行政、交通機関など各種団体が参加するコミュニティが自主運営し、千林の情報 が市民により発信される仕組みづくりを目指している。



市民目線のニュースに寄せられる期待

商店街や地域に関心や愛着があり、自ら情報発信することに興味をもっている人材は少なくない。しかしながら、そのような人材が集まる場や情報が発信される機会は極めて限られている。それだけに、今回のプロジェクトは、市民目線のニュースが商店街や地域の姿を客観的に楽しく伝える可能性を秘めている。このモデルが形作られ、千林商店街だけでなく、広く他の商店街や地域でも活用されることになりそうだ。

※同プロジェクトは、大阪商工会議所の提案で、全国商店街支援センターが行う「平成24年度商店街活性化モデル創出事業」に応募し、採択されたもの。補助金が支給される2年間で事業モデルを構築し、他の商店街でも活用できるモデルとして報告を行う予定。

100円商店街 大阪市内開催100回までの記録

開催100円商店街 20地域50商店街(実数)、のべ100回 (2013年2月9日まで)

2010年

- 1 4/3 千林商店街(振) (旭区)
- 2 4/10 京橋中央商店街(振) (都島区)
- 3 5/28・29 みこし活祭連合会(生野本通商店街(振)、栄通商店街、生野本通中央商店街(振)、生野本通センター商店街(振)、ベルロード中銀座商店街、生野銀座商店街(振)) (生野区)
- 4 5/29 野田新橋筋商店街(振) (福島区)
- 5 6/26 京橋中央商店街(振) (都島区)【2回目】
- 6 7/3 桃谷本通東商店街(振) (生野区)
- 7 7/17 千林商店街(振) (旭区)【2回目】
- 8 7/31 黒門市場商店街(振) (中央区)
- 9 8/7 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【2回目】
- 10 9/25 黒門市場商店街(振) (中央区)【2回目】
- 11 9/25 大阪鶴橋卸売市場(協) (生野区)
- 12 10/2 天保山商店街(港区)
- 13 10/9・10 千日前道具屋筋商店街(振) (中央区)
- 14 10/9 王子連合(北畠公園本通商店街(振)、王子商店街(振)、王子本通商店街(振)、阿倍野王子商店街(振)) (阿倍野区)
- 15 10/16 文の里商店街(協) (阿倍野区)
- 16 10/17 粉浜商店街(振)、粉浜駅前商店街商業(協)、粉浜本通商店街(振)、メルシーこはまテナント会(住之江区)
- 17 10/23 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【京橋中央は3回目、新京橋は初】
- 18 10/29・30 みこし活祭連合会(6商店街) (生野区)【2回目】
- 19 11/6 東成しんみちロード商店街(今里新道商店街、今里一番街商店街、神路銀座商店街、神路一番街商店街(振)) (東成区)

- 20 11/6 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【3回目】
- 21 11/6 黒門市場商店街(振) (中央区)【3回目】
- 22 11/13 地下鉄あびこ中央商店街(振) (住吉区)
- 23 11/20 桃谷本通東商店街(振)、桃谷本通商店街(振) (生野区)【本通東は2回目、本通は初】
- 24 11/27 キララ九条・西連合商店街(九条新道駅前商店街(振)、九条新道二丁目西商店街(振)、九条新道三丁目商店街(振)、九条新道第四商店街(協)、九条親栄会商店街(振)、祝生会) (西区)
- 25 12/4 千林商店街(振) (旭区)【3回目】
- 26 12/4 大阪鶴橋卸売市場(協) (生野区)【2回目】
- 27 12/18 四貫島商店街(振)、此花住吉商店街(協) (此花区)
- 28 12/18 王子連合(4商店街) (阿倍野区)【2回目】

2011年

- 29 1/22 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【4回目】
- 30 2/5 黒門市場商店街(振) (中央区)【4回目】
- 31 2/5 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【4回目】
- 32 2/5 地下鉄あびこ中央商店街(振) (住吉区)【2回目】
- 33 2/19 駒川商店街(振) (東住吉区)
- 34 2/19 平尾本通商店街(振) (大正区)
- 35 2/26 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【2回目】
- 36 3/4・5 みこし活祭連合会(6商店街) (生野区)【3回目】
- 37 3/12 四貫島商店街(振)、此花住吉商店街(協)、四貫島中央通商店街(振)、此花公設(協) (此花区)【2回目、四貫島中央と此花公設は初めて】

- 38 3/26 文の里商店街(協) (阿倍野区)【2回目】
- 39 3/26 千林商店街(振) (旭区)【4回目】
- 40 3/26 キララ九条・西連合商店街(6商店街) (西区)【2回目】
- 41 3/26 黒門市場商店街(振) (中央区)【5回目】
- 42 4/2 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【5回目】
- 43 4/2 粉浜商店街(振)、粉浜駅前商店街商業(協)、粉浜本通商店街(振) (住之江区)【2回目】
- 44 4/23 平尾本通商店街(振) (大正区)【2回目】
- 45 4/30 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【5回目】
- 46 5/14 今市商店街(振) (旭区)
- 47 5/21 王子連合(4商店街) (阿倍野区)【3回目】
- 48 5/28 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【3回目】
- 49 6/4 地下鉄あびこ中央商店街(振) (住吉区)【3回目】
- 50 7/16 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【6回目】
- 51 7/23 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【6回目】

- 52 7/30 千林商店街(振) (旭区)【5回目】
- 53 7/30 桃谷本通東商店街(振)、桃谷本通商店街(振) (生野区)【3回目】
- 54 8/26・27 黒門市場商店街(振) (中央区)【6回目、100円200円300円セール】
- 55 9/3 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【4回目】
- 56 9/3 地下鉄あびこ中央商店街(振) (住吉区)【4回目】
- 57 9/24 駒川商店街(振)、駒川中通商店街(東住吉区)【2回目、駒川中通商店街を追加】
- 58 10/14 四貫島商店街(振)、此花住吉商店街(協)、四貫島中央通商店街(振)、此花公設(協) (此花区)【3回目】
- 59 10/15 粉浜商店街(振)、粉浜駅前商店街商業(協)、粉浜本通商店街(振) (住之江区)【3回目】
- 60 10/22 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【7回目】
- 61 10/22 文の里商店街(協) (阿倍野区)【3回目】
- 62 10/28・29 みこし活祭連合会(6商店街) (生野区)【4回目】
- 63 10/29 柏里本通商店街(振) (西淀川区)
- 64 11/5 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【7回目】
- 65 11/5 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【5回目】
- 66 11/26 キララ九条・西連合商店街(九条新道駅前商店街(振)、九条新道二丁目西商店街(振)、九条新道三丁目商店街(振)、九条新道第四商店街(協)、九条親栄会商店街(振)) (西区)【3回目】
- 67 11/26 地下鉄あびこ中央商店街(振) (住吉区)【5回目】

2012年

- 68 1/21 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【8回目】
- 69 2/4 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【8回目】
- 70 2/17 キララ九条・西連合商店街(5商店街) (西区)【4回目】
- 71 2/18 平尾本通商店街(振) (大正区)【3回目】
- 72 3/3 千林商店街(振)、今市商店街(振)、千三商店街(旭区)【千林6回目、今市2回目、千三は初】
- 73 3/3 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【6回目】
- 74 3/3 駒川商店街(振)、駒川中通商店街(東住吉区)【3回目】
- 75 3/31 粉浜商店街(振)、粉浜駅前商店街商業(協)、粉浜本通商店街(振) (住之江区)【4回目】

- 76 4/7 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【9回目】
- 77 4/13 四貫島商店街(振)、此花住吉商店街(協)、四貫島中央通商店街(振)、此花公設(協) (此花区)【4回目、森巢橋は初】
- 78 4/28 文の里商店街(協) (阿倍野区)【4回目】
- 79 5/25・26 みこし活祭連合会(6商店街) (生野区)【5回目】
- 80 5/26 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【9回目】
- 81 6/2 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【7回目】
- 82 6/2 地下鉄あびこ中央商店街(振) (住吉区)【6回目】
- 83 7/7 キララ九条・西連合商店街(5商店街) (西区)【5回目】
- 84 7/21 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【10回目】
- 85 9/29 千林商店街(振) (旭区)【7回目】
- 86 9/29 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【10回目】
- 87 9/29 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【8回目】
- 88 10/13 粉浜商店街(振)、粉浜駅前商店街商業(協)、粉浜本通商店街(振) (住之江区)【5回目】

- 89 10/15 四貫島商店街(振)、此花住吉商店街(協)、四貫島中央通商店街(振)、此花公設(協)、四貫島森巢橋筋商店街(此花区)【5回目】
- 90 10/20 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【11回目】
- 91 10/20 桃谷本通東商店街(振)、桃谷本通商店街(振) (生野区)【4回目】
- 92 10/20 地下鉄あびこ中央商店街(振) (住吉区)【7回目】
- 93 10/26・27 みこし活祭連合会(6商店街) (生野区)【6回目】
- 94 10/27 文の里商店街(協) (阿倍野区)【5回目】
- 95 11/3 駒川商店街(振)、駒川中通商店街(東住吉区)【4回目】
- 96 11/10 キララ九条商店街(九条新道駅前商店街(振)、九条新道二丁目西商店街(振)、九条新道三丁目商店街(振)) (西区)【6回目】
- 97 12/8 東成しんみちロード商店街(6商店街) (東成区)【9回目】

2013年

- 98 1/26 京橋中央商店街(振)、新京橋商店街(振) (都島区)【12回目】
- 99 1/26 野田新橋筋商店街(振) (福島区)【11回目】
- 100 2/9 千林商店街(振)、今市商店街(振)、千三商店街、森小路かい道商店街(旭区)【8回目、森小路かい道商店街は初】

6商店街の連携・協働で 実施した 「おさんぽ商店街」 みこし活祭連合会



人気漫画家の案内のもと商店街の再発見をテーマに行われた「おさんぽ商店街」

JR環状線寺田町駅から歩いて数分。長さ1キロにわたり、生野区の6つの商店街が連なる。西から順に、生野本通商店街振興組合、栄通商店街、生野本通中央商店街振興組合、生野本通センター商店街振興組合、ベルロード中銀座商店会、生野銀座商店街振興組合。合わせると店舗数は約200。2010年3月、これら6つの商店街組織の連合体である「みこし活祭連合会」を結成し、協働事業に取り組み始めた。

本来であれば、隣接する商店街が合同で売り出しなどをすればお客様にも喜ばれるはずである。しかし、全国的にも喜んでも、近隣商店街を挙げて行う連携事業は意外なほど少ない。実際、生野の6商店街も「みこし活祭連合会」を立ち上げるまでは協働事業を行っていなかった。しかし、疲弊が進展する商店街の現状に危機感を感じた青年部の世代がここにきて「垣根」を超えた協働の道を模索し始めたのである。

実現した数々の取り組み

最初に取り組んだ協働事業は100円商店街。100円商店街の場合、参加店舗が増えれば集客効果が高まる。あわせて、6商店街共同でチラシを作り、チラシ代を分担すれば単独でチラシを作

るより、費用負担が大幅に軽減されるという実利的なメリットがあった。2010年5月に開催した同事業は爆発的な集客力を発揮し、以後6回にわたり継続している。この100円商店街の成功が、協働事業に弾みをつけた。

次に取り組んだのが、「商店街シャッターペイント事業」。学生や吉本興業のタレントなどが空き店舗などのシャッターに絵を描くパフォーマンスで話題を呼んだ。続いて、昨年年末には、初めての「年末合同売り出し」を計画、残念ながら、半数の3商店街での実施となったが、年末販促では初めての合同企画にこぎつけることが出来た。

今年2月には、「商店街を知ってもらおう地道な活動が大事」との考えから、6商店街が協働して「おさんぽ商店街」を実施。全長1キロにわたる商店街を人気漫画家の案内のもと、お客様に端から端まで歩いてもらい、お店を、そして商品を再発見してもらおう、という企画が成功した。

連携で事業化へ

なぜ協働実施なのか。「お客様から見たらつながった一つの商店街。かつては隣の商店街と差別化していたが、今の時代、お互い補完して集客する方が良い」と生野本通商店街の松本賢一理事長は考える。もちろん、6商店街の中にも体力差もある。店舗数に応じて事業費用を負

担するが、時には「費用負担が難しく、参加出来ない」商店街もある。6商店街の会議で意見の一致を見て各商店街に持ち帰ると「認められない」こともある。細かいところでは、音響設備ひとつとっても各商店街バラバラで放送ひとつするにも調整が必要である。ソフト、ハード共に事情は複雑である。

とは言うものの、共同宅配や共通金券など今後やりたい事業は沢山あるという。6商店街が力を合わせ、必要なものからひとつひとつ事業化に向けて取り組む考えである。景気が良く、売れていた時代には「自分だけで出来る」と考えていた商店街主が、経営難に直面して初めて連携や協働の道を探り出した。新たな手法、商店街・商人魂でもって、新時代を切り拓こうとしている。



商店街が地域コミュニティの 集いの場 「井戸端ステーション」を建設 京橋中央商店街



地域の人々が集い、多目的に活用できる「井戸端ステーション」

空き店舗対策から

2012年2月、都島区の京橋中央商店街に、コミュニティ施設「井戸端ステーション」がオープン。地域の集いの場として、様々な活用されている。

数年前より、同商店街の中心部にできた「空き店舗」。新たな商売を始めることもなく、「投機目的で取引されるのではないか？」との噂が持ち上がっていた。そのまま放置すると商店街全体の賑わいやイメージにも大きな影響が生じる可能性もあり、役員の間では危機意識が高まっていた。

そんな時、中小企業庁の中小商業活力向上補助金の存在を知る。同補助金を活用すれば建築費等事業費の3分の2を補助で受けることが出来るという。当初は考えてもいなかった、「土地を買って上屋も建てる」構想が徐々に具体化していく。最初は、「1階を貸店舗、2階を事務所にしよう」（土蔵康司副理事長）と考えたが、「地域で利用できるものを」と一歩踏み込み、住民へのニーズ調査を実施した。その結果、創業育成・支援を目的としたチャレンジショップをはじめ、高齢者、子育てママ、趣味のサークルなどの活動・交流の場としての機能、そして、貸しスペースなどを盛り込むことに。その上で補助金の申請を行ったところ認可され、「井戸端ステーション」の建設が実現したのである。



会議室を「いきいき100歳体操」で活用

井戸端ステーションの用途

現在の用途は、主に3つ。1つは1階の「井戸端会議室」。ビデオを見ながら椅子に座ったままできる「いきいき100歳体操」や地元のNPO法人の協力を得て親子で集う「子育てサロン」などで活用している。

2つ目は、2階に2部屋ある貸し部屋「井戸端教室」。格安で誰もが利用でき、美術、英語、書道、キッズボクシング、ヨガ、フラダンス教室、バイオリンなど、習い事や会議・集会が目白押し。立地の良さと低価格で人気が集まり予約が難しい状態が続いている。

3つ目は、チャレンジショップによる商売人の育成。まず、入居者の選定に向け、「起業セミナー」を数回開催。その参加者を対象とした面接などを経て、手作り雑貨を販売するお店と古い店の2店を

入居者として選定した。入居後も店舗運営などに関する経営指導を実施している。入居は2年契約。今年後半には次の入居者の選定に入る予定にしている。

さらなる活動にむけて

「井戸端ステーションを通じて新たな関係が色々できた」と土蔵副理事長。地域内外から若男女様々な人々が集まることで、商店街と外部のネットワークが拡大している。また、「井戸端ステーション」のフラダンス教室のメンバーが商店街のイベント広場で発表会を開催するなど、賑わい創りにも繋がっている。

同商店街では、うきうきスタンプ事業を柱としてこれまでに夜店や、チャリテイ古本バザール、空き缶リサイクル事業など、多様な事業を実施してきた。最近では100円商店街や修学旅行生の受け入れ、ハロウィンの仮装イベントなど新たな事業にも積極的に取り組んでいる。なかでも100円商店街は、3年足らずの間に12回と大阪市内最多の開催を実現するなど、その事業遂行意欲は市内でも有数である。

「きっかけは何であれ、まずは商店街に足を運んでもらい、こは良いところだと思ってもらうことが大事。」と同商店街の安藤利治理事長は語る。今後の「井戸端ステーション」を核とした活動にも期待できそうである。

企業が商店街活性化を お手伝い

新世界市場ポスター展

株式会社電通 関西支社
クリエイティブ局 コピーライター 日下 慶太



それぞれのポスターに、「商店街を元気にしたい」という思いが詰まっている。

ポスターから始めた町おこし

そもそものはじまりは私が一人で新世界の町おこしイベントに携わっていたことだった。町おこしのためにシャッター商店街を奇妙なアート、音楽、パフォーマンスで埋め尽くすという「セルフ祭」というアートのお祭りを2012年5月に開催。人はたくさん訪れ、メディアにもとりあげられ、商店街に活気が戻ったかにみえた。しかし、祭りが終わった後はもとの寂しい商店街に戻ってしまった。店の売り上げもいつものままだった…。

これではいけない、一過性のものではなく何か残るものをつくらなくては、もっとお店のためになるものを作らなくては、とセルフ祭スタッフたちは考えた。おのおのができることを模索した。掃除をする、配達を手伝う、店と一緒に商品を開発する…私がしたのはポスターを作ること。それは、私がコピーライターとしてたくさんさんのポスターを作ってきたからこそ思いついたことだった。

しかし、自分だけですべての店のポスターをつくるには手が足りない。会社の後輩たちに手伝ってもらおう、彼らにとっても自由のものをつくれるチャンスになるだろうし、とまずは社に相談したところ、利益があるわけではないこのプロジェクトに会社は「おもしろいやないか」と全面的にバックアップ。早速声をかけると若手を中心に32名もの有志が集まった。コピーライターとデザイナーが二人一組16

チームに別れてポスター作りに精を出す。それぞれのチームが「おばあちゃん元気？」と店を訪れ、取材・企画・製作・印刷まですべてを自分たちで行った。その姿は町の小さな広告屋のよう。そして、ポスターをプレゼン。商店主は「お店続けてきてよかった」「もったいなくて貼られへん」「宝物にするわ」とまるで、孫の誕生に立ち会ったかのように、皆温かく、ポスターを見守った。プレゼンはまるでプレゼントを渡すようであった。

ポスターから生まれた活気

ポスターは、7月28・29日の第2回セルフ祭でアーケードに吊るされ、人々の目に触れることになった。そして、祭りが終わったあともそのまま吊るされた。道行く人は足を止め、写真を撮り、店の人とポスターについて会話し、中にはポスターを目当てに地方から足を運ぶ人もいた。ポスターがあることで商店街は変わった。商店主の意識も、少し。

今度は、ポスターを気に入った商店主たち自らがポスター展を企画した。空き店舗をセルフ祭のスタッフたちが手作りして改装し「いちばギャラリー」としてオープン。2012年11月23日より『新世界市場ポスター展』が始まった。電通の参加者は前回よりも増え、39名23チームが19店舗70点のポスターを制作、前回とあわせると合計120点のポスターがいちばギャラリーと商店街全体に展示された。

**今も商店街を彩る
ポスターたち**

ポスター展は1月13日に終わったものの、120点のポスターはアーケードに吊るされたり、シャッターの上に貼られたり、店内に飾られたり、まだまだ目にできるようなっている。ぜひ、新世界市場へ実際に足を運んで、ポスターをその目でみてほしい。期間はいつまでも。ポスターは半永久的に飾られているでしょうから。そして、ポスターはもろろんのことそこに漂う「商店街と若者とアートのちよつ」とい関係も感じてください。



Chapter 3 事例報告

大阪の中小企業診断士 チームの“おもしろい”取組み ゲリラオークション

チームGA 共同代表 柳瀬 智雄
(株式会社ビズパワーズ 代表取締役)



商店街に、笑顔と賑わいをもたらした「ゲリラオークション」

**大阪の中小企業診断士が
商店街支援活動を**

「ゲリラオークション」(以下GA)は、商店街などの個店の店頭でオークションを行うことで個店の魅力をアピールする販促策だ。スタート価格を低く抑えたオークション(セリ)は来街者の注目を集め、盛り上げる役割を担う。オークションでは、お店や商品のこだわりポイント、店主の人柄などを積極的にアピールし、新規顧客獲得に結びつけることを目指す。

この事業は、私と友人のIT企業経営者で、「立地条件の悪いお店にお客様を誘導できないか？」との想いで立ち上げたもの。まず、お客様を集める手段としてオークションのアイデアが生まれ、告知の方法としては、直前に携帯メールを発信することとし、「いつどこで始まるかわからない」ワクワク感を醸成すること狙いとされた。

企画を具体化、事業化するためのスタッフは、私が所属する大阪府中小企業診断協会のメンバーに協力を求めた。メンバーには、「GAは、個店の強みをアピールできる有力な販促策である」と説明。その結果、中小企業診断士11名を含む15名が私たちの考えに賛同し、「チームGA」を構成することが出来た。想像以上の反応だった。皆、全くのボランティアで商店街支援への協力を申し出てくれたのだ。

「チームGA」の仲間は、GAに先立っ

ての打合せへの参加をはじめ、GA当日も、揃いのジャンパーを羽織り、あるものはのりをかざしてGAを盛り上げ、あるものはハンドマイクを使って客寄せを行うなど、現場で汗を流して協力をしてくれた。それだけではなく、メンバー一同で泊まりがけの合宿を行い、夜を明かしてGAについて話し合うなど、メンバー内の「商店街の役に立ちたい」「商店街でおもしろいことしよう」との想いが、GAのエネルギーとなり事業の実施に結びついた。



**ゲリラオークションの
効果と可能性**

GAは、これまでに、粉浜商店街などと協働し、のべ5回開催。その経験から

判ってきたGAの主な効果・可能性として、①お店や商品のこだわり、スタッフの人柄などをアピールすることで、お客様を固定客化するきっかけになること、②商店街に、笑顔と賑わいをもたらすこと、③店の強みを考えることを通じ、商品力や提案力強化など個店の商売力アップにつながること、④飲食・サービス業を含め、あらゆるお店での開催が可能であること、⑤100円商店街などと同時間開催することで更なる集客等効果が見込めること、などが挙げられる。

商店街と共に更なる発展を

ただ、現状では、①認知度が低く集客効果が充分ではないこと、②メール配信登録が増えにくいこと(特に高齢者)、③「チームGA」が運営主体となっていること(商店街だけでは実施が難しい)、などの課題もある。

そこで、より実施し易く、効果の高いGAを目指すべく、今後、意欲ある商店街とタッグを組み、この素材を活用・改善することを通じて、「チームGA」として商店街活性化に少しでもお役に立ちたい、と考えている。「地域を元気にしたい」という共通目的と強い結束力を持って活動する我々「チームGA」。多くの商店街でGAがどんどん開催され、大阪発のGAでひとつでも多くの商店街が元気になるって欲しい、それが我々の想いであり、願いでもある。



被災商店街、復旧から復興へ

～岩手県宮古市の事例～

有限会社協働研究所 取締役 東 朋治
((株)全国商店街支援センター 東日本大震災商業復興統括支援マネージャー)



東日本大震災で大きな被害を受けた商店街。現場に入った商店街支援マネージャーに、商人と商店街の果たす役割について話を聞いた。

岩手県宮古市の概況と被災状況

Q: 宮古市とはどのようなところですか？

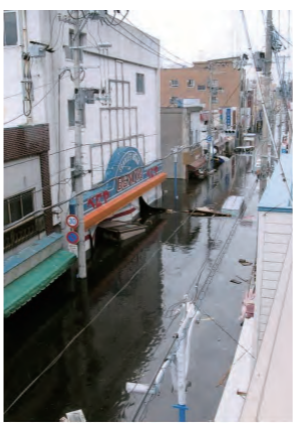
A: 人口6万人弱の日本で8番目の面積を誇る市です。92%が林野で平地が少なく、隣接する盛岡まで約100km離れた典型的な閉鎖型商圏の地方都市。大型店やナショナルチェーンの進出も少なく、小売商業が守られてきた面もあります。

Q: 津波被害はどれほどでしたか？

A: 揺れて倒壊した建物は少ないのですが、宮古市を襲った大津波は沿岸部に壊滅的な被害をもたらしました。遡上高が40mを超えた地点もあります。宮古湾に流れ込んだ津波は堤防を超え、中心市街地商店街を呑みこみました。

Q: 商店街の被害状況は？

A: 宮古の中心市街地に二つの復興組合が



震災直後、津波によって水没した広末町商店街

宮古市の商店街を支援するキッカケ

Q: なぜ宮古市の復旧復興を支援することになったのですか？

A: (株)全国商店街支援センターが「東日本大震災商業復興支援マネージャー派遣事業」の一環として岩手県宮古市を対象地区に支援機関を公募しました。宮古は市や会議所の受入体制が整っていたためと思われれます。弊社は同事業を受託し、2011年5月13日から宮古市に派遣されることになりました。

Q: これまでに被災地の復興に携わったことは？

A: 阪神大震災で壊滅的な被害を被った神戸・新長田地区の総括マネージャーとし



悩みや不安を吐き出す「愚痴を言い合う会」から前向きな意見の交換を行う「朝会議」へ

て10年以上、主に商業復興に携わってきました。

Q: 阪神大震災と東日本大震災では小売商業環境に違いはありましたか？

A: 1点目は店舗の資金力です。阪神大震災の1995年はバブル景気が終息した直後だったので、店舗にまだ資金の余裕があった時代です。今回の場合、長期不況の中でのこともあり、再建資金が工面できない事業所が多かったと思います。2点目は商店主の高齢化です。95年の阪神では40代の働き盛りが中心でしたが、東日本では店主の高齢化と後継者難も進展しており、災害を機に廃業を決定した商店主も少なくありませんでした。

Q: 支援のポイントは何ですか？

A: 阪神の経験を押さず、まずじっくりと被災事業者たちの悩みや不安を聞くことです。また、私のように常駐困難な外部の支援マネージャーではなく、復興活動を停滞させないためにも商店街に常駐する地元出身の現地マネージャーの確保と育成が不可欠。震災から4カ月後、災害復旧ボランティアとして活動していた宮古市在住の男性を現地マネージャーとして採用しました。地元のために頑張りたいという情熱があれば、経験は関係ありません。彼はいまや商店街に欠かせない存在になっています。

復旧に向けた活動

Q: 赴任後最初に取り組んだことは？

A: 被害が大きかった中央通商店街で週3日間、朝9時から「愚痴を言い合う会」を

いんです。確かに利便性は高まりますが、商店街としての一体感は失われます。

Q: 復興に向けたポイントは？

A: 三陸沿岸は漁業関係者ではなく商業・サービス業従事者が最も多いんです。したがって、これらの早急な再建が雇用の受け皿にもつながり、被災自治体を底支えします。また、三陸の規模にあった適正な商業面積を維持するためにタウンサイジングする考えも大切です。そのためには地権者が協力して換地集約し、公営住宅やコミュニティ施設を整備する用地の確保も必要です。

まちと商店街について

Q: 商店街が地域の復興に果たす役割は？

A: 震災を機に、商店街が持つコミュニティの場としての役割が再認識されました。被災住民が集い情報交換や交流するコミュニティスペースとして商店街の存在価値が示された意義は大きいと思います。

Q: 商店街の復興で最も印象に残ったことは？

A: 末広町商店街では、震災の2日後から一部のお店で販売を再開しました。津波で泥まみれになった商品をひとつひとつ洗い、店頭に並べて売り始めたところ、多くのお客様が商店街は賑わい、まちに活気が出た、とのこと。商売人が元気であればまちも元気で、その逆もまた、真なりです。商人が「自らの役割を果たす」ことでまちの復興が進展する。商人魂がまちの復興に活かされたことに強い感銘を受けました。



定期的で開催される「宮古あきんど復興市」写真は2012年秋の様子

スタートさせました。悩みや不安を吐き出すことが大切です。1週間経つと前向きな意見が出てきました。以降「朝会議」に名称を変更し、様々な議論や情報交換を重ねるようになりました。最初は2人の日もありましたが、今は大勢来られます。

Q: 商店街として再開のキッカケは？

A: 震災から3カ月後の6月11日に開催した「宮古あきんど復興市」です。営業再開もままならない店舗では「復興市」という名称やイベント開催そのものに抵抗もありましたが、「本格復興へのキックオフ」として最後には皆さん合意しました。準備期間もイベント資材の手配も厳しい環境の中、大勢のボランティアに支えられました。商店街を舞台に商店街が主催した震災後の復興イベントは三陸で初開催と思われれます。

Q: イベントの効果は？

A: 当日は大勢の市民が殺到し、店主と久々の再会を喜び、また被災住民同士で

安否を確認しあう場にもなりました。改めて商店街がコミュニティの核であることを実感しました。商店街にとつての大きな効果は、賑わいづくりに加え、被災商店主が身近な目標を持ち商店街として活動再開するキッカケになったことです。

Q: なぜ宮古の中心市街地は復旧が早かったのでしょうか？

A: 解体店舗も多くありましたが、大半は自店を修繕し、電気が復旧しへド口除去も終えた4月中旬には営業再開し始めました。一日でも早く営業再開することにより、復旧特需の恩恵も受けられます。一部の業種では震災前より売上が大幅に向上した事業所もあります。市、県、商工会議所、日専連、県中央会等、商店街への支援機関のサポート体制と連携が充実していたことも大きな要因です。

Q: 被災商業地の悩み

A: 電気等のライフライン復旧に時間を要したこともあり、再開を始めた商業地域にとつて、最大の脅威は「余剰支援物資」。衣料品、文具、スポーツ用品、加工食品等が街なか無料で溢れてしましました。一部の必需品を除いて低価格商品しか売れない状態が続きました。

Q: これからの課題は？

A: 被災沿岸地にナショナルチェーンや大型店の出店攻勢が続いています。現在はまだ特需が続いていますが、それが終わると早期撤退も考えられます。その間に地域商



今年で2回目の開催となる商店街レッドカーペット

復旧から復興に向けて

Q: 今後の復興に向けた課題は？

A: 解体区画の活用が重要です。被害が少ない商店街に壊滅した地区の店舗の移転が相次いでいます。阪神もそうでしたが、解体区画の多くは駐車場になることが多