

特集

野辺地町本町商店会・下町商店会

異なるアイデアが互いを刺激 活性化へホルテージ上がる2商店会

商売拝見

6

(有)鎌田屋商店(弘前市)

津軽の人たちの手で ブランド化

製造元は品質第一に商品力磨く



ViViDコーナー

8

eat fun!(青森市)

市中心部で和洋菓子と ベーカリーをマッチング

新鮮な店づくり、商品構成で お客様をひきつける



リテール・プラザ 声と声の交差点

10

青森県中小企業再生支援協議会事業 の紹介

小売の風景

12

(有)永井久慈良餅店(青森市)

浅虫温泉のおみやげの定番 いく久しく



お客様を呼び戻そうと 商店街をギャラリーに

高野薬局を経営する高野修司さん(60)が本町商店会の会長に就任したのは昨年の8月だった。9月には活性化対策の会合を開き、自らアイデアを提案し、10月にはすでに第一弾のイベントを開催した。「メディアが伝える情報を参考にしながら、商店街の活性化策をいろいろ考えていました。まずは人を呼び込まないとどうにもならない。人を呼んで店側とのコミュニケーションを深めることが手始めだろうと思ひ提案しました」



「行動を起こすことが大事」と本町商店会の高野修司会長

高野さんの企画は、商店街を美術館に見立てて集客を図ろうというもので、「街角ギャラリーほんまち」と名づけられた。第1回は同町の大正・昭和時代の写真を紹介する「なつかしのふるさと」展で、昨年の10月25日から11月9日まで開催された。24店舗が参加し、それぞれの店頭にはイーゼルが置かれ、写真が展示された。経費は約15万円。各店舗から5000円を負担してもらい、足りない分は商店会の予算から捻出した。

助成を受け2年目は多彩に

「なつかしのふるさと」展は、来街者に好評で、マスコミにも取り上げられ話題となった。この成功は、商店会のメンバーを元気づけた。むつ小川原地域・産業振興プロジェクト支援事業に応募し助成の対象となり、2年目の今年はさらにレベルアップした。3月から10月まで展示メニューを毎月のように変えて開催。かつて南部縦貫鉄道を走ったレールバスの写真展に始まり、版画展、のへじ祇園ま

特集 野辺地町本町商店会・下町商店会

異なるアイデアが互いを刺激 活性化へポルテージ上がる2商店会

野辺地町の中心部を南北に走る国道279号線沿いに連なる本町と下町の2商店街。合わせて1キロメートルに及ぶこの中心商店街が、活性化に向けて元気に活動している。

活性化策はそれぞれに異なるが、お客様を呼び戻そうとする思いは一緒。異なるアイデアがお互いを刺激しあい、活性化へのポルテージが上がっている。



本町商店会挙げての夜店まつりの開催を検討している。



祇園まつりのにぎわい復活を

高野さんは、商店街の衰退要因を地元で伝わる祇園まつりに象徴させて語る。

「昔は近郷近在から人が集まって、山車を通る商店街の沿道は鈴なりの人ばかりでした。それが10年ぐらいい前から入出が減ってきた。おまつりの衰退に伴って商店街もすたれてきたような気がする。おまつりを盛り上げることは、商店街活性化のきっかけになるはず」

まつりで響く祇園囃子は、藩政時代に大坂との海上交易で栄えた野辺地町の歴史の遺産でもある。今年のまつりで高野さんたちは、前夜祭をスタートさせ、にぎわい復活に乗り出した。

「座して待つのではなく、行動に移さなければ。アクションを起こすことで、次にやるべきことが見えてくるんです」

支援センターの研究・実験事業が活性化の行動を起こすきっかけに

「(商店街の)活性化とはなんぞや、それは店とお客様、つまり人間同士のコミュニケーションを育むことに尽きるのでは」と熱く語るのは、下町リテール会副代表の久保田重光さん(54)。同会は、下町商店会のメンバー22店舗が参加する同商店街活性化の仕掛け人的存在と言える。

下町商店会は10年前に発足した。前身は下町にここにこの商店会で、衰退が著しくなったことで、立て直しのために名称を一新し再スタートした。衣料品とギフトショップを営む久保田さんは、「再発足のころは、意識の高揚を図ることに重点を置いて、講習会や勉強会を主体に活動しました」と当時を思い起こす。

リテール会は、21あおり産業総合支援センターの小売商業グループ研究・実験事業に着目し、3年前に商店会の有志



下町リテール会副代表の久保田重光さんは活性化に向けて熱く語る

で結成された。支援センターの事業が、意識の高揚段階からアクションへと移るステップアップのきっかけとなった。結成時の平成13年度には、お客様に楽しんでもらうことを目的に、景品が当たるスクラッチカードを発行した。翌14年度は、下町商店会に関するアンケート調査を実施し、メンバー自らが街頭に出て、消費者の生の声を集めた。

3年目はお客様へ情報発信

そして3年目の今年度は「これまでにお客様への情報発信に欠けていた」として、タウンペーパーの発行を試みた。8月から来年の3月まで計8回を予定。1回につき9000枚印刷し、うち6000枚を野辺地町をはじめ六ヶ所、平内、東北3町村の一部に新聞折り込みで配布、あとはJR野辺地駅、金融機関、役場などに置いて消費者にアピールしている。

予算は約96万円、そのうちの半分が21あおり産業総合支援センターの助成で、残りは参加店の会費とタウンペーパー掲載の広告協賛費で賄っている。

このタウンペーパーは、八戸市の三日町三栄会が発行しているものを参考にしており、実際に同会のアドバイスを受けて発行にこぎつけた。

A4判、両面1色刷りで、表面には下町商店会のタウンマップや売り出し、イベント、話題が載り、裏面には協賛する14



店舗のお買い得情報などが掲載されている。久保田さんは「回を重ねることに反響が出てきた。お客様はもちろんですが、メンバーの各店舗が興味を示すようになったことも収穫。情報発信の媒体として、また、販売促進の一環として今後も継続する予定です」と話し、来年度からは助成を受けない自前の予算での発行を計画しているという。

行動を起こしたこと 売り上げの落ち込み抑える

下町商店会ではこのほか、毎年沿道に花のプランターを置いて街を飾るとともに、高齢者対応として手づくりのベンチも設置するなど、活動は年々活発化して

いる。「各店舗の売り上げは決してよくないが、3年前に動かなければ、落ち込みはもっと激しかったと思う。厳しい経済環境の中で脱落するメンバーもなく、逆に参加店が増えている。みんな危機感を持っていて、結束力は高まっています」久保田さんは、各店舗の足並みがそろってきていることに手ごたえを感じている。

活性化の活動も1本の道へ

延長250メートルある本町商店街に、700メートルの下町商店街が続き、合わせて約1キロの商業街路が形成されている。本町と下町が一体となった取り組みも考えられるが、これに対して高野さんは「街角ギャラリーを下町まで延長してもいい」と話し、久保田さんも「年1

回の共同イベントを企画してもいい」と前向き。両商店会の懇談会開催の話も持ち上がっており、活性化の活動が1本の道につながる日もそう遠くではないようだ。

下町は昔のジョイフルストリートです。

下町10月の市

10月10日(日) 10時～16時

話題紹介

スポーツの秋

下町商店会三店舗

白昼花かし

カワイイ美容院

下町10月の市

タウン情報

酒蔵 酒蔵

しゃん・ぶろ

お菓子の季節

本間豆腐店

お鍋の季節御朱

ヤマヨ

新日新聞・デーリー東北

清水目新聞店

靴のクマガイ

上/タウンペーパーの表面。タウンマップや話題が紹介されている

下/タウンペーパーの裏面。協賛店それぞれのお買い得情報などを掲載

