

【助成事業：京店商店街星ふる街・恋する街事業】

ポイント

30年間継続している「朝会」で、ラフカディオ・ハーンの想い出の街を活性化

ラフカディオ・ハーンゆかりの地の商店街。30年間継続している役員達による朝会で街の活性化策を検討。伝統文化に楽しさを融合して“人々が遊びに来る街づくり”を進めるとともに子供世代を対象としたイベントを毎月継続して実施。地元客に加えて観光客も呼び込み、Uターンの店主も誕生して活性化に向けて新たな舵を切っている。

商店街情報

所在地：島根県松江市末次本町50

地域の人口：203,000人 89,000世帯

(松江市 平成30年3月現在)

商店街の種類：地域型商店街

組合員数：32名

店舗数：74店舗(主な業種構成：衣料品、伝統工芸・雑貨、ホビー、飲・食料品、和菓子、飲食・サービスなど)

TEL:0852-26-5610 FAX:0852-26-5903

URL: <http://www.mable.ne.jp/~kyo-mise/>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

茶の湯の文化で知られる島根県松江市の中心部、宍道湖と中海を結ぶ大橋川の北側に位置する地域型商店街。近隣には県庁や市役所等の行政機関のほか、国宝松江城や旧日銀松江支店の建物を利用した手作り・工芸の「カラコロ工房」等の観光・文化施設があり観光客も多い。

当商店街の歴史は古く、294年前の享保9年、藩主松平宣維のもとに公家の息女岩姫が降嫁された際、京都の三条通りに模して小庇の長い京風の景観とし、姫を慰めたことが「京店」の始まりである。その後は北前船の寄港地として栄え、明治になってからはラフカディオ・ハーン宿泊の富田旅館が近隣にあり、商店街がイベント等で使用する“カラコロ”は、彼が大橋を下駄で渡った音に由来するという。

現在、商店街の店舗数は74。買回り品と最寄り品が混在するが、100年を超える老舗のほか、和・洋・中華と様々なジャンルの飲食店も多く、夜の時間帯も来街客で賑わっている。

商店街組織としては、昭和38年に協同組合を設立、同年に全蓋型のアーケードを設置した。平成3年に商業環境改善事業としてこれを撤去し、併せて電線の地中化や街区のモール化等の環境改善の第1期工事を実施。さらに平成7年から第2期の商店街近代化事業を行い、石畳による道路の美装化等の街区の再整備に加えて個店のファサード整備を実施。また、京橋の架け替えやカラコロ広場の設置など地域の環境整備等についても力を入れてきた。商店街の共同事業としては、上記のようなハード整備に加えて毎月第2日曜日に開催する「こっころサンデー」や春と秋のカラコロまつり、夏の打ち水、歳の市等多彩なイベントを開催。さらに、松江市による街づくり等にも積極的に協力している。



カラコロ工房の全景



この地をこよなく愛した小泉八雲、カラコロ広場には後ろ姿のレリーフがある。



カラコロ広場

こうした前向きな商店街活動を可能にしているのが、昭和62年8月の第1回から30年近く継続している「早朝会議」での協議・検討である。現在は毎週木曜日の朝8時半からの開催だが、この会議において商店街の未来を語り合い、街区の整備と繁栄の方向を模索してきた。実際に、商店街の近代化だけでなく旧日銀松江支店の建物のライトアップやカラコロ広場の設置等が検討され、行政の支援を得て実現に漕ぎ着けている。会議には組合の役員だけでなく、市役所や商工会議所等の関係機関も常時参加し、街の発展のための意見交換が積極的に行われている。

こうした組合活動の結果、商店街の後継者世代の中からUターンして家業を継ぐ人も現れ、青年部も発足。商店街の独自イベントやマップの作成等も充実し、多くの市民が訪れる先駆的な活動が展開されている。



早朝会議の様子

助成事業の概要とその成果

活発な商店街活動に対し、地域的には少子高齢化等による商圈人口の減少や大型店との競争が依然として大きな課題である。また、経営者の高齢化と後継者問題、店舗の老朽化対策等も急務となっている。こうした中で、市の観光誘客増加事業に呼応し、平成25年度は『京店商店街星ふる街、恋する街事業』を実施。26年度は、前年度事業をパワーアップするとともに、商店街のPR用冊子を作成した。

<平成25年度事業：京店商店街星ふる街・恋する街事業>

①季節のあかりの演出

カラコロ大ちゃんのキャラクターなど、京店の雰囲気合ったデザインを取り入れ、夏とクリスマスシーズンに合わせた冬のイルミネーションを実施。商店街の通りとカラコロ広場に設置し、松江市中心部の夜を演出した。

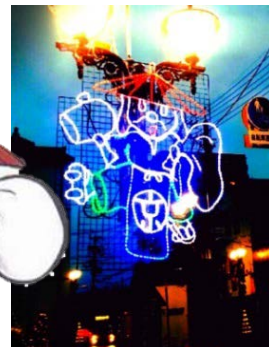
②金曜夜市(金曜夕涼み市)

夏のイルミネーションの期間中、毎週金曜日に「京店金曜夕涼み夜市」を開催。賑わいの創出と子供から大人まで楽しめる市を目指した。各店舗も19時まで閉店時間を延長してセールを行ったほか、映画「懐かしの松江」を上映。地域コミュニティの場としての役割を果たした。

③カラコロ縁結び

縁結びの地に因んでカラコロ広場を会場に、「カラコロ縁結び～女心と秋の空～日本酒女子 presents、松江の夜にサンマと地酒」と銘打って縁結びイベントを実施。音楽や映画とともに地酒と旬のサンマを味わいながら若者達が交流を楽しんだ。

商店街キャラクター
カラコロ大ちゃん



<平成26年度事業：京店商店街星ふる街・恋する街パワーアップ事業>

①イルミネーションを充実

昨年の来街者アンケート等を踏まえ、夏と冬に商店街の通りとカラコロ広場でイルミネーションを充実させて実施。NPOの協力を得てデザインを検討し、夏は流れ星、冬は大きなツリーをイメージするなど京店の雰囲気や季節感を演出。また、点灯式には小泉八雲没後110年に因んだシャッターアートのお披露目とクラシックコンサートを開催。夏はビアガーデン、冬は歳の市を行って賑わいの相乗効果を狙った。市民からは「明るくなり防犯にも役立つ」等の評価を頂いた。



(夏)流れ星(冬)ツリーのイルミネーション

②商店街冊子の作成

商店街の歴史をはじめ、店主の思いや店の逸品などを集約したPR用の冊子を1,000部作成して配布。作成に際しては、“単なるパンフレットではなく、290周年を記念して街の歩みと、店主のこだわりが伝わるものにしたい”という方針のもと、島根大学の学生に個々の店を廻って取材してもらった。この冊子が新聞でも取り上げられて大きな反響を呼び、PRにつながった。



商店街の歴史がわかる
290周年記念冊子



③空き家を活用した文化交流事業

空き家となっている造り酒屋の母屋を活用し、「落語の会」をこっころサンデーの日に合わせて開催。古い商家の趣と落語の雰囲気合い、出演した師匠からも「会場は良い雰囲気で盛り上がった。」との感想を頂いた。

④こっころサンデーパワーアップ事業

毎月第二日曜日、子供たちを対象に継続的に開催している「こっころサンデー」をパワーアップ。学生のアイデアを盛り込み、行灯づくりのワークショップや似顔絵工房などの体験教室、ローカルアイドルのステージ等を実施。父兄にも好評で幅広い層の集客を実現した。また実施に当たっては、市の支援により教育委員会を通じて市内の全保育所、幼稚園、小学校にチラシを配布するなど広報活動にも力を入れた。

＜助成事業による成果等＞

助成事業では、財政面等で難しかった大型のイルミネーションや子育て世代を中心に集客促進のためのイベント等を充実させた。イルミネーションは市内唯一の夜のイベントとして賑わいを創出し、堀川遊覧船の夜間運行にも繋がり、観光客の呼び込みに貢献した。冊子の作成・配布では多くの人に街の歴史的側面を知ってもらい、地域活性化の手がかりとすることができた。



イベント期間中は、キャラクターを活用してPR

助成事業以降の商店街活動

助成事業の実施後も、以下のようなイベントを継続して開催し、集客の促進と地域の活性化を目指している。

①カラコロサマーフェスタ

毎年8月の最初の金曜日から日曜日にかけて、松江水郷祭に合わせて商店街で「カラコロサマーフェスタ」を開催。大道芸・ジャグリングステージやダンス、漫才や歌謡ショー等を開催して賑わいづくりを演出した。

②こっころサンデー

毎月第2日曜日に継続して開催されている子供達の参加型イベント。カラコロ広場を中心に近隣のカラコロ工房とも連携し、大道芸、フリーマーケット、似顔絵工房等の体験型イベントなど毎回趣向を凝らした催しを提供。開催のチラシは市内の保育園や小学校等に配布しており、毎回150名を超える参加を得て、第2日曜日はこっころサンデーの日として定着している。

③山陰いいものマルシェ

松江城が国宝に指定されたことに合わせて、近隣の商店街と連携し、中海・宍道湖・大山圏域を中心に山陰の風土や伝統の中で生産・収穫された食品等の逸品を集めたマルシェを開催。当日は3万人を超える人で大いに賑わった。

④外国人来街者のためのおもてなし講座

近年、商店街を訪れる外国人旅行者が増加していることから、インバウンド対策として松江市国際交流員を講師に、英語による接客講座を開講。店主等が参加している。

⑤京店駐車場60分サービス券の発行

レンタカーで京店を訪れる観光客の便宜を図るため、空港等のレンタカー会社にサービス券を置いてもらい、これを持参した客は60分間無料で商店街の駐車場を利用。松江城の見学や街歩きなど周辺の観光を楽しめるように配慮している。

上記のイベント活動のほかに「よろず相談アドバイザー」の派遣を受けて、商店街の課題の掘起こしと今後の在り方等について検討会を開催。街と地域の将来について意見交換を行っている。



カラコロサマーフェスタの期間中に開催した「カラコロサーカス」の様子



山陰いいものマルシェの様子

自治体による活性化支援等

松江市

松江市は現在、平成25年3月に認定された第2期目の中心市街地活性化計画を推進している。“住んでよし、訪れてよしの松江らしいまちづくり”をテーマに、①観光・交流の促進、②近隣集客拠点の整備、③街中居住の促進、等の施策を進めている。

また、平成27年に松江城が国宝に指定されて観光客が増加しているほか、平成30年には、松江の文化として特筆すべき「お茶の文化」の創始者である松平不昧公の没後200年に当たり、市も様々なイベントを予定している。

一方、現在の松江市の人口は20万3千人で減少傾向にある。特に、若者が県外に出ることが多く市としても危機感を持っている。消費動向についても横這いとみているが、購入の多くは郊外型店で、商店街での買い物は減少傾向にあるとみている。

こうした中で、商店街については、地域消費者の生活の拠点であるとともに観光の拠点でもあり、集客と賑わい等の機能の強化が求められている。京店商店街については、「こっころサンデー」や「カラコロまつり」等の積極的な取り組みを行っていることからその活動に大きな期待を寄せている。

現在、市が商店街等に対して実施している支援策として、「松江市チャレンジショップ事業費補助金」を設けている。商店街の空き店舗に新たに新店を出す際、家賃、水回りの改修費、広告宣伝費等の一部を助成するもので、京店商店街では27年度に2件の利用があった。また、「中心市街地活性化ソフト事業費補助金」として、商店街組織等が実施するイベント事業やインバウンド対策等に20万円を上限として助成を行っている。

商店街の今後の戦略

30年続く「早朝会議」で基盤づくり

助成事業で実施したイルミネーションは、大変好評で街が明るくなり遠くからもお客さんが来てくれた。また、商店街を紹介する冊子の作成では、島根大学の学生の協力により、街の歴史と店主のこだわりを取り上げ、地域と個店の活性化につなげることができた。

当京店商店街は松江で最も歴史がある街で、100年以上の老舗もある。現在も街づくりに積極的に取り組んでいるが、昭和62年の商店街近代化のためのローリング委員会での検討がその端緒となった。当時は朝7時から週2回の会議を行ったこともあるが、現在は毎週木曜日の朝8時30分から朝会を開催している。この会議の検討の中から、京橋の改修事業、カラコロ広場の設置、旧日本銀行松江支店の保存等が提唱され、地域全体の活性化に結びつけることができた。また、平成7年からの街区の整備等近代化事業の結果、7人の若手が街に戻ってきて商店街事業の担い手になってくれるなど、朝の会議が商店街の基盤強化につながっている。

多くの消費者は、日曜日は大型店のモールに行ってしまうが、これを何とか商店街に呼び戻していきたい。そのためには「こっころサンデー」などの集客イベントを強化するほか、商店街における観光の要素が重要となっているので、観光客対応の部分についても強化を図っていきたい。また、将来に向けてハード面のリニューアルや、個々の店舗を強化することが重要な課題であり、そのためのビジョンづくりも必要と考えている。



～ 仕掛け人 ～

左 相談役
森脇宏
中 理事長
松崎治郎
右 副理事長
三成浩靖

取材を通じて明らかになったこと

大型店の出店や人口減少等厳しい環境変化に多くの商店街が苦慮する中で、当組合の取り組みはまさに特筆すべきものといえる。まず、前理事長をはじめ昭和から平成にかけて商店街の基礎を作ってきた先輩役員達が、商店街の発展を第一に考え、先を見据えて構想を描き、そのための金銭的な負担等も惜しまずに取り組んで街の基盤を構築してきたこと。二つ目として、毎週木曜日の「朝会」を30年に渡って継続してきたことが挙げられる。この朝会は、行政や支援機関も参加して積極的な意見交換が行われるとともに、人間関係を保つための絶好の機会となっている。こうした活動の結果、街区の近代化を実現して街に若手が戻り、新たな担い手が育ちつつある。当商店街には、30年に渡る取り組みにより財務諸表には載らない大きな資産が形成されている。これを若い組合員が守りつつ発展的に継承していることが、街の活性化の根底にあるといえよう。