

【助成事業の名称:「おびひろ商店街 情報発信&イベント巡り事業」】

ポイント



市内の商店街活動の支援とイベントで縁を繋げて地域を活性化

開拓により市街地が形成された北海道帯広市の商店街連合会。共通駐車券等による来街促進策に加え、所属員店舗の「自慢の逸品」と各商店街のイベント情報を総合的に発信するポータルサイトを構築。また、街ゼミを開催して店と顧客との繋がりを深めるとともに、十勝の農産物活用による集客や、高齢者支援・子育て支援等の社会的課題にも積極的に取り組み、地域になくてはならない商店街を目指している。

商店街情報

所在地:北海道帯広市西2条南9丁目16番地
 商店街の種類:広域型・地域型・近隣型の商店街振興組合の連合会
 地域人口:165,851人 88,149世帯
 (帯広市:2020年2月末現在)
 会員数:15会員(所属員数408名)
 (主な業種構成:デパート・スーパー、飲食料品、衣料・ファッション、電化製品、サービス、金融、医療、燃料販売など)
 電話:0155-23-6546 FAX:0155-23-6560
 URL: <https://www.obsinren.com/>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

帯広市は、北海道東部の十勝地方19市町村の中核都市で、面積は東京23区に匹敵する広大な行政圏を有し、人口は約17万人を数える。南西部には日高山脈が聳え、十勝川をはじめ札内川など幾筋もの河川が平野を潤している。厳寒期には零下20度に、夏には30度を超える日もあるなど厳しい自然環境の中で、全国でも有数の大規模な畑作や酪農が営まれており、市では「フードバレーとかち」と銘打って、地元の食材を活用した商品開発等を進めている。明治時代、農閑期に農耕馬を競争させたことで始まった「世界で唯一のばんえい競馬」は、今では、北海道遺産として人々に感動を与え楽しまれている。

北海道は開拓によって発展してきた歴史があり、帯広市は、平成24年に開拓130周年・市制80周年を迎えた。十勝地方の開拓は、屯田兵など官主導のものではなく、富山・岐阜など本州からの開拓民によって進められたことに特徴がある。開拓は明治16年頃から本格的に始まり、その後の十勝監獄の設置等で市街地の整備が進み、550mごとに幹線道路が基盤目状に整備されるなど計画的な街づくりが行われてきた。

現在、帯広市内には近隣型・地域型・広域型の15の商店街(振興組合8、協同組合2、任意組織5)があり、これ等を束ねる組織として帯広市商店街振興組合連合会が昭和50年に設立されている。各商店街では、花壇への植栽などの環境整備、夏祭りや冬のイルミネーションなどのイベントの開催、商店街マップによる店舗の紹介、また、市の中心部では冬季のロードヒーティングの維持管理で歩行環境の確保などに取り組んでいる。



日高山脈



十勝平野

一方、連合会では、地域の商業全体の向上を目指すほか、近隣を含めより広い地域からの集客促進のための諸事業を展開している。具体的には、市の中心部における駐車場不足への対応として「共通駐車券事業」や、交通弱者対策としてバス会社との連携による「買物共通バス券事業」を実施。さらに、各商店が自信をもってお勧めする“逸品、逸サービス、逸技術”を提案する「おびひろ商店街自慢の逸品事業」を展開して集客と販売促進に力を入れている。

しかし、近年の商業環境は、隣接する地域における住宅の増加と車社会の進展等で大型商業施設が周辺の3町に相次いで進出。これにより市内中心部の小売販売額は減少傾向が続いており、休日のイベント等では人出はあるものの、なかなか購買には結びついていない状況がある。

助成事業の概要とその成果

(1) 事業の実施状況

帯広市が実施した消費者へのアンケート調査では、商店街には活気がない、商品やサービスに魅力がない、等の意見が寄せられており、より積極的な消費者への対応策が課題となっていた。連合会では、減少が続く市内中心部の小売販売への対応策として、利便性向上のための駐車場の確保や買い物情報等の発信を行っており、本助成事業ではこれまでの取り組みを踏まえて以下の事業を実施した。

① おびひろ商店街情報発信事業

～商店街ポータルサイトの構築～

当連合会では、従来から「市振連ホームページ」と「自慢の逸品サイト」を開発して情報発信を行ってきたが、急速にスマホ等のモバイル端末の利用が進んでいることから、これ等に対応するWEBサイトの制作を企画。特に、各商店街や個店からリアルタイムかつ地域に密着した情報、例えば、その日に収穫した新鮮な野菜の販売、パンの焼き上がり時間、美容室の予約状況等身近な情報を発信して消費の回復を狙った。

また、ポータルサイトの企画・開発については、地元の帯広大谷短期大学と連携し、各商店街や逸品認定店舗等の現地調査、関係者との意見交換を行い、若い消費者に支持されるサイトの開発を進めた。さらに、地元の月刊誌等を活用して、サイトへの参加店舗の募集と声掛けを行ったほか、市民に対してはサイト開設の予告と自慢の逸品と連動させたチラシを作成し、市内と周辺3町の10万世帯にポスティングを実施した。

② おびひろ商店街イベント巡り事業

連合会傘下の各商店街では、例年7月下旬から夏祭りなどの集客イベントを開催している。これらのイベントを近隣だけでなく十勝管内全域の消費者に知ってもらい、実際に参加してもらうための「イベント巡り事業」を実施した。具体的には、各商店街と連携してそれぞれの夏のイベントを地元新聞や情報誌を通じて合計10回に上る広報の実施とポスターやチラシを配布。さらに、イベント巡りのスタンプラリーを実施し、3カ所以上のイベント参加者を対象に抽選会を行い、店舗が地元十勝産の農産物を材料に製造した品物を景品として贈呈した。なお、各商店街のイベントの実施状況は以下のとおり(抜粋)。

- 7月30日：名門夏祭り(名門通商店街)
- 8月2日～：おびひろ広小路七夕まつり(広小路商店街)
- 8月3日：電信通り・西別院ぼんおどり(電信通り商店街)
- 8月4日：大通夏まつり(大通商店街)
- 8月6日：駅南ワイワイ祭(駅南地区商工振興会) 等



ばんえい競馬



商店街ホームページ



西別院ぼんおどり

(2)助成事業による成果

本事業の実施により情報発信力を飛躍的に高めた結果、従来から商店街を利用している世代に加えて、スマホを活用して商店の情報を入手している若年層の消費者に、商店街や個店の情報をきめ細かく提供することが可能となった。また、イベント巡り事業では、各商店街の特色や個々の店の逸品情報を直接知ってもらい、来街者の増加と売り上げの増加に結び付けることができた。さらに、これらの事業を通じて、各商店街への未加入者の加入促進を図る足掛かりとすることができた。

助成事業以降の商店街活動

助成事業実施後も商店街と組合員を取り巻く環境は厳しさを増している。特に車社会が定着している帯広においては、大規模駐車場を有する郊外店に購買力が流れ、市内唯一のデパートも連続して赤字を計上するなど、物販店を中心に苦戦を強いられている。また、高速道路が札幌まで開通したことにより、帯広からも札幌に向く人が増えたほか、著しく伸びているネット販売も追い打ちをかける状況となっている。一方、各商店街においては、店主の高齢化と後継者不足は深刻で、売上不振等で閉めた店舗に飲食店が入る等のケースが増えているが、チェーン店は商店街に加入しないため、冬季のロードヒーティング維持の負担が増え、経営を圧迫する事態も生じている。

こうした中で連合会では、個々の店の販売促進、各商店街活動の支援、地域貢献等を視野に入れて以下の事業を鋭意展開している。

<来街促進策>

1500円以上で100円、3000円以上で200円の駐車券を差し上げる「共通駐車券事業」、参加店で2000円以上の買い物をすると100円のバス券を差し上げる「買物共通バス券事業」を実施し、市内中心部への利便性を高めて買い物客等の来街促進を図っている。

<情報発信と自慢の逸品事業>

商店街ポータルサイト事業を継続し、各商店街のイベントや「自慢の逸品」等の情報発信を実施。また、自慢の逸品については、フリーペーパーへの掲載やポスターの作成、のぼり旗でのPRのほか、「商店街まちドコ？探検隊」と銘打ったウォーキングイベントで15の商店街を廻ってもらい、実際に店を訪れてもらっている。

<街ゼミの開催>

北海道で初開催された「まちゼミフォーラムin紋別」をきっかけに、令和元年10月に「第1回得するまちのゼミナールinおびひろ」を実施。市内の19店舗が参加し、店の特色や技能を活かした26の講座を開催した。参加者からは大変好評で、“店と消費者の関係づくりを目指す”効果的な事業として今後も継続していくこととなっている。

<リトミックを共催>

これまで郊外の施設で実施していたリトミック(乳幼児と親子を対象とする音遊びで、子供の感性を引き出す取組み)を市内中心部の施設で商工会議所と共催し、子育て支援の一環として地域に貢献するとともに、街中散歩マップを活用して若い世代の来街促進に効果を上げている。

<ランチマップの作成>

お昼を食べる所がわからないという声に応えて「商店街まちなかランチマップ」を作成、平日のランチや観光客に利用してもらうほか、歩行者天国等でも配布して回遊性の向上を図っている。

<高齢者おもてなしNAVI事業>

帯広市の高齢者おでかけサポートパスと連携し、高齢者の事故防止を図りつつ、高齢者に対応する店を紹介してお出かけと買い物、食事等を楽しんでもらおうという企画。お茶のサービスや「おもいやりデー」には20%割引なども実施している。

上記のように連合会では、販売や集客の促進、情報発信、社会貢献等の幅広い事業を展開しており、さらに、6月～9月の毎週日曜日に開催され、「手づくり郷土賞」を受賞した「オビヒロホコテン」への協力、病院との連携で月1回入院患者にコーヒーとパンを届けて励ますなどの取り組みや、市が推進するフードバレー構想に呼応して帯広の食による観光客の呼び込み等にも力を入れている。



自治体による活性化支援等

帯広市

帯広市は、十勝地方35万人の中核都市として、主要な産業である農業や商業の拠点としての役割を担っており、豊かな自然環境による「田園都市」を目指している。商業の面では、かつて昭和の時代にはデパートを中心に小売店が繁栄したが、近年は郊外型大型店の進出に加えてネット販売が伸びており、市内中心部の売り上げは減少している。また、高速道路の開通により札幌への購買力の流出も増えている。こうした中で帯広市では、平日の昼間を中心とした来街者の増加とまちなか居住者の増加を目指して、第3期目の中心市街地活性化基本計画を推進しており、商店街には、イベント等による賑わいの創出、商店街や個店の魅力づくり等を期待している。また、このための支援策として以下の3事業を実施している。

①商店街が行う演出・催事事業＝夏祭り、イルミネーション等商店街のにぎわい創出事業に50万円を上限として1/2を助成

②地域いたわり商店街事業＝花壇の補修、街路灯修理等地域課題解決に向けた事業や、商店街の新たな取り組み等について20万円を上限として1/2を助成

③ロードヒーティングの維持・管理＝中心部の商店街に対して必要経費の一部を助成

消費者への調査では、商店街に魅力がない等の意見があるが、商店街のリーダーは積極的で、街ゼミの開催など効果のある取り組みを展開しており、今後もフードバレーとかち等を活用して人を呼び込む努力に期待したい。

仕掛け人：帯広市商店街振興組合連合会

左：理事長 杉山輝子
右：事務局長 木川博史

商店街の今後の戦略

“おびひろ”のブランディング

無料の大規模駐車場がある大手の郊外店とネット販売の影響が大きく、市内中心部では物販を中心に商売が難しくなっている。また、店主の高齢化と後継者不足も大きな課題で、物販店から飲食店に変わってしまうケースや、代替わりなどによる組合の加入者の減少もある。現在、市振連では「自慢の逸品事業」等での販売促進や、各商店街のイベント情報の発信等で集客に力を入れているが、今後も商店街間の連携を強化し各店主との繋がりを一層深めていきたい。

先般、初めて開催した「まちゼミ」は大成功で、店主だからこそ、プロだからこそ説明できるものがあることが分かった。昔は品物を並べておけば売れた時代だったが、これからは売り方を工夫して、店主とコミュニケーションをとりながら買ってもらうことの良さを広く知ってもらいたい。さらに、オビヒロホコテンなどのイベントや様々な組合事業を通じて、街の賑わいづくりは人づくりが基本であると痛感している。実際、開催し運営する側が楽しんで、喜びを持って行動しなければ良い結果は生まれない。

今後は、地域住民への手厚い対応と、行政との連携による「オビヒロの食」などを活用して、インバウンドや国内の観光客の誘致に耐えられる街づくりを進めていきたい。商いとはお客さんとの対話であるという原点回帰とともに、全国のチーズの70%は帯広産という乳製品や、この土地でできない作物の活用などを積極的に進めて、お客さんが戻ってきたときに商店街がなくなっているということがないように頑張っていきたい。



取材を通じて明らかになったこと

地方の多くの中核都市においても、郊外型大型店とネット販売等の影響で厳しい局面にある商店街が多い。商店街活動というと、個々の街の取り組みに目が行きがちであるが、集客機能を強化してより広い範囲からの来街を実現していくには、商店街が連携して取り組む必要がある。当連合会では、ポータルサイト機能で各商店街と個店の情報を発信するとともに、行政との連携により、高齢化等地域が直面する課題についても積極的に取り組んでいる。また、農産物等の地域資源を活用して国内外からの誘客を進めようという取り組みも、連合会として有効な事業であり、地域の商業基盤づくりへの努力は学ぶべきものが多い。