

【助成事業の名称：梼形商店街ブランド化事業】

ポイント

地域密着を貫く、アニメの聖地で知られる商店街

京都御所や鴨川デルタなど歴史と自然豊かな観光名所にほど近い庶民的なアーケード街。地元密着を重視し、地域団体や学生と連携したイベントや社会活動に力を入れているほか、“オンリーワンの商店街”を目指して商店街そのものを商標登録するなど“商店街のブランド化”を推進。近年ではアニメの舞台のモデルとなったことや、映画館等の複合施設が新たにオープンしたことからメディアにも度々取り上げられ、若い世代や他県からの来街者も増加。京都の新たな文化の発信地として注目を集め、地域の交流や賑わいの創出にも貢献している。

商店街情報

所在地：京都府京都市上京区梼形通出町西入二神町170

地域の人口：84,598人 48,009世帯

(上京区 令和元年8月1日現在)

商店街の類型：地域型商店街

組合員数：40名(主な業種構成：主な業種構成：食料、衣料、生活用品・雑貨、飲食、映画・書籍など)

TEL:075-211-3811 FAX:075-231-4779

URL：<http://masugata.demachi.jp/index.html>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

京都市上京区の右端に位置する当商店街「出町梼形商店街」。京阪電鉄の終点「出町柳駅」を降り賀茂大橋を渡って数分の場所にあり、164mの街区に全蓋型のアーケードを有する近隣型商店街。飲食料品・総菜、衣料品、生鮮三品、飲食店、時計宝飾、日用雑貨、生花、書籍等地域の人々の生活を支える大きな役割を果たしている。特に、鯉節店など特徴ある優れた品物を扱う店もあることから、京都市内のかかなりの範囲からわざわざ訪ねてくれるお客様も多い。

商店街の東側には世界文化遺産の下鴨神社や賀茂川と高野川の三角州「鴨川デルタ」があり、南には京都御所が徒歩圏内であって、一日を通して観光客が行き交う土地柄である。また、商店街のある出町地区は、かつて若狭の国から鯖を運んだ「鯖街道」の終点としても知られており、古くから“食”に馴染みの深い地域でもある。商店街の中ほどには、鯖のモニュメント「わかさばちゃん」が飾られており、訪れる観光客の目を楽しませている。

商店街組織の結成は、1977年4月。商店街にアーケードを設置することとなり、これの管理・運営を図る組織として「梼形事業協同組合」が設立された。さらに、1991年には舗道を御影石の石畳で整備し、歩きやすい街区となっており、商店街のアーケードに飾られた「梼形」の文字が人々を迎え入れている。

現在、組合員は40名。アーケード、舗道、防犯カメラ等の共同施設の維持管理に加え、春・七夕・秋・歳末等の大売り出し、季節ごとの商店街の飾り付け、共同広告やプレミアム商品券の取り扱い、レジ袋の削減等商店街全体で取り組むエコロジー活動、組合員等を対象とした研修会の開催など、多彩な事業を展開して街の活性化を図っている。2010年には、梼形事業協同組合を含む出町商店街振興組合として「出町エコ商店街事業」で京都市から京都環境賞奨励賞を受賞している。



京都市民の憩いの場である鴨川デルタ



商店街の中には面白いアート作品がたくさん

また、同商店街は、2013年から放送されている商店街を舞台としたテレビアニメ「たまこまーけっと」(京都アニメーション制作)のうさぎ山商店街のモデルとして、番組の制作・取材に協力しており、アニメの聖地として商店街を訪れるファンも多く、ファンと商店街の交流ノートも設置されている。さらに、商店街の中ほどには、映画館と書店を中心としたカルチャー複合施設の「出町座」がある。1階にはカフェと書店、2階と地下1階には映画などを楽しめるミニシアターが設置されており、街の新たな名物となっている。

京都という土地柄多くの観光客に恵まれ、また地元の消費者に支持されているが、今後は郊外型大型店等への対策やインバウンド対応など、2代目や若手経営者たちの腕の見せ所となっている。



出町座の前身は前年に閉館した元立誠小学校の「立誠シネマ」。その後クラウドファンディングを経て当商店街の一角に装い新たにオープンした

助成事業の概要とその成果

当商店街では、従来から集客のための季節ごとの売り出しや、各種イベントを積極的に行ってきたが、大型店の進出や少子高齢化が進展する中で、中長期的に当商店街ならではの独自性を打ち出していくことの必要性を感じていた。そこで、農漁村と商店街の連携による珍しい産地商品や安全安心な商品を都市部の消費者に提供していく実験的事業とイベントを開催。さらに消費者への訴求力を高めるための「商店街ブランド」づくりについて研究を実施した。

① こだわりマルシェ事業

京都府の与謝野町、京丹波町、久美浜町、福井県の鯖江市等の農業者、水産業者等と連携し、農産物や魚介類等の地域の特産品を揃えた「こだわりマルシェ」を3回にわたって開催。加工食品の試食や工芸品の製作実演のほか、商店街の各店舗でも取扱い可能な商品をデモンストレーション販売して、認知度の向上を図った。また、12月の「こだわりマルシェ」に合わせて、集客事業として「茂山家一門による狂言公演」を開催。「茂山家一門」は商店街の近隣に本拠地があって普段からイベント等で利用されており、地元の誇りでもある。



② 地域とのマッチング事業

農村や漁村との連携を図り、生産者と販売者を繋ぐための研究会を実施した。具体的には、現地視察・商品の勉強会や商談会を行った。対象とした地域は、京丹後市大宮町と久美浜町、与謝野郡与謝野町、福井県鯖江市、船井郡京丹波町、南丹市深山街等で、地域の風土や特性の理解、特産品等の生産・製造等について研究した。



③ 商店街ブランド化事業

当商店街のブランド化について勉強会を実施。組合員の意識向上やプライベートブランドづくり等を想定し、①商店街の現状分析 ②視察先の動向とブランド化への戦略 ③アンケート結果による消費者の興味・関心 ④ブランド化と物品、パッケージ、広報等 ⑤ブランド商品の認定、等について検討を重ねた。



< 助成事業による成果等 >

こだわりマルシェ開催時は多くの来街があり、客層も普段とは違い特に若い世代が増え、地域の優れた産品を紹介する商店街の取り組みを高く評価してもらった。組合員からも、従来にない取り組みで将来的にも期待ができるという意見が出され、その後の前向きな事業継続のきっかけにもなった。また商店街が出展地域の生産現場を見学し生産者の生の声を聞くことで、特産品に込められた真心や情熱、品質の安全安心等を的確に把握することができた。

こだわりマルシェ事業では、商店街が生産地と消費地の関係を結ぶことで地域情報の発信や販路の拡充に貢献したといえる

助成事業以降の商店街活動

助成事業実施後も、商店街のブランド化への取り組みを進めている。当初は、地域の生産者や製造元との交流による地域の特産品等の取り扱いを志向してきたが、取引条件や店主の意向の調整等に難しい面があったため、商店街そのもののブランド化によるネーム価値の向上を目指すこととした。またこれに合わせて、インターネットなどを活用した広報活動の強化、組合員を対象とした研修会の開催、空き店舗対策等に取り組んでいる。

①商店街ブランド化への取り組み

京都には多くの商店街があるが、他にはない、注目されるオンリーワンの商店街を作り上げていくため、勉強会を重ねて商店街の商標登録を目指した。商標登録は過去2回否決されたが、平成31年2月めでたく「出町梶形商店街」として登録された。この商標登録を活かすために、商店街全体でブランド化による集客力の向上等に力を入れている。

②地域交流への取り組み

近年、当商店街では国内外を問わず観光客の来街が増加しており、インバウンド対策も重要な対応事項となっている。しかし、当商店街は観光地の商店街ではなく地域に密着した商店街であり、京都の人々の普通の生活を見てもらうことと、地域交流や地元への還元を強化していきたいと考えている。具体的には、京都一と自負する年3回のガラガラ抽選会の充実、地域の幼稚園や小学校に参加してもらう七夕の飾り付け、小中学校の職業体験等である。

③組合員対象の研修会の開催

当商店街では発足以来年月を重ね、以前からの組合員と新規の組合員が共存する状況となっており、組合員の意識の向上や共通の認識を高めていくことが必要となっている。また、時代に合わせた情報発信力の強化等も不可欠であり、個々の店舗では難しい研修を組合として実施している。

平成30年度においては、情報発信・販促のための「SNS勉強会」、商品PRのための「POP講習会」、消防署・消防団と合同での防火訓練、消防署の講師による救命訓練を行い、多くの組合員が「普通救命講習修了証」を取得、また高齢の来街者のための「認知症サポーター講習会」を開催した。

また、31年度においては、確実に増加している外国人旅行者のために「英語・接客マナー勉強会」を開催し、文化や意識の違いによる間違いの実例などを学んだ。また、前年度に引き続き消防署から講師を招き、「AED救急救命講習会」を開催し、救急・救命に関する技能の向上を図った。こうした取り組みの結果、平成31年3月に京都市より「防災功労賞」を授与された。

④空き店舗対策

当商店街では、積極的にイベント等の事業を実施していることから、地元のメディアに取り上げられることも多く、来街者が着実に増えていることなどで、空き店舗の減少につながっている。商店街の活発な活動が空き店舗を減らしていく最大の要因であると考え、今後も高齢化と後継者不在で空き店舗が発生する場合には、組合として積極的に対応していくこととしている。



<表彰関連> 左:商標登録証 右:防災功労賞



<イベント> 上:七夕夜店 下:大根炊き



防火訓練では商店街の中で出火したとの想定の下消火器による初期消火方法を消防団が指導した

自治体による活性化支援等

京都市

現在、京都府には148の商店街がある。ライフスタイルの多様化や少子高齢化、ネット販売の普及など商業を取り巻く環境が変化する中で、各種事業を実施して賑わいを創出し続ける商店街がある一方、店主の高齢化や会員の減少等で担い手が不足し、事業の実施が困難な商店街があるなど2極化が課題となっている。

そこで京都市では、ハード面とソフト面の支援に加え、賑わい創出に取り組む商店街にコーディネーターを派遣し、事業の担い手となる学生団体等との連携を行い、商店街活動の強化に結び付ける「京都市商店街縁結び事業」や、空き店舗の所有者と出店希望者のマッチングを図る「京都市商店街空き店舗解消促進事業」を実施するなど、商店街の活性化を具体化する事業に取り組んでいる。

<商店街等を対象とした補助事業>

1)商店街等環境整備事業

①「施設設置・改修事業」としてアーケード、カラー舗装、街路灯、放送設備等商店街設備の設置や改修等の費用の一部を助成

②「空き店舗対策事業」として、商店街等の空き店舗を活用した街の活性化のための施設(チャレンジショップ、保育サービス施設、アンテナショップ等)の設置・運営に対して費用の一部を助成

2)商店街等競争力強化事業

①「活性化教育事業」として、商店街等が団体の構成員を対象に実施する研修会や先進地視察等に必要な講師謝金、会場費、交通費等の一部を助成

②「商店街・小売市場整備計画事業」として、団体の将来構想ビジョン等の策定及び具体的な計画策定等に必要な講師謝金、調査費、計画書作成費等の一部を助成

③「商業カードシステム導入促進事業」として、商店街等がポイントサービス等のカードシステムを導入する際、端末機の購入に必要な費用の一部を助成

④「社会課題対応商業活性化事業」として、国の補助金を活用して実施する事業に対して必要経費の一部を助成

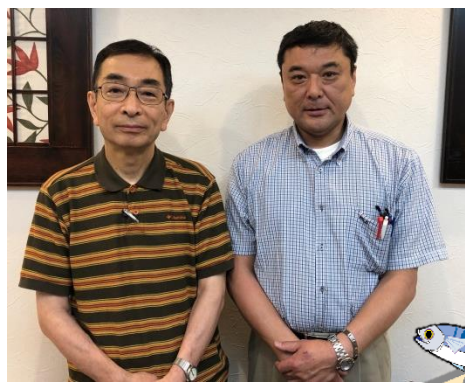
⑤「地域の魅力アップ貢献事業」として、商店街等が地域の魅力を高めるために、市民団体等と連携して行うイベント等の事業について、広告宣伝費、委託費、会場使用料等の費用の一部を助成

商店街の今後の戦略

当商店街は地域密着型の商店街として努力を重ねてきた。組合員の中には、高品質の商品を置く特徴ある店舗もあってかなり遠方からも足を運んでもらっており、実際の商圈は広いと考えている。また、小学生の職業体験などを通じて地域の交流にも力を入れているほか、ガラガラ抽選会などのイベントにも力を入れている。こうした活動を通じて、商店街のブランド化を進めた結果、商店街そのものを商標登録することができた。今後は、組合員がこの商標を十分活用した取り組みを考えていきたい。

また、商店街自体も従来は食料品など食べるものを中心となっていたが、アニメ「たまごマーケット」の舞台となったことや、映画や書物の「出町座」ができて楽しさや文化的な面の必要性を感じている。具体的には芸大生との連携により、アートで人を呼び込める商店街を目指したい。例えば、店主の似顔絵づくりなど楽しいイベントを実施し、これらをきっかけとして来街者との会話を生むことができれば良いと考えている。

一方、商品力など個々の店舗の力も必要である。この商店街にしかないような品物を置くことで、より多くのお客様が足を運んでくれると考えている。スーパーは素人の集団だが、我々商店街はプロの集団として今後も商売と街の活性化に取り組んでいきたい。



～ 仕掛け人 ～

梶形事業協同組合

左 理事長 鋸屋慎三
右 専務理事 岸本仁



取材を通じて明らかになったこと

当商店街の活動は、一言でいえば“地域に密着した、地域の人々のための商店街”を目指していることである。地域の人々の生活に必要なものを提供し、併せて防災や救急救命等の安全・安心への取り組みやエコロジー活動など、地域の生活を守る商店街としての活動を展開している。

また、アニメの聖地としての対応や文化面への取り組み、小学生の職業体験など地域の向上に役立つ取り組みを若手役員たちが中心となって展開している。特に、オンリーワン・ナンバーワン商店街を目指した商店街の商標登録は大変な努力のうちに実現したものであり、これまでの商店街活動の総まとめともいえるべきものである。こうした地域に役立つ商店街としての活動は多くの商店街が参考とすべき点であり、これらを推進している役員はじめ組合員の方々の真摯な取り組みとその姿勢に学ぶところの多い事例である。