

奈良商工会議所

機関名	奈良商工会議所		
所在地	奈良県奈良市登大路町36-2		
電話番号	0742-26-6222		
地域概要	(1)管内人口 364 千人 (平成14年調べ)	(2)管内商店街数 38 商店街 (奈良市商店街振興会加入数)	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 2 商店街	(2)メンバー数 64 商店	
	(3)空店舗率 6.3 %	(4)大型店空き店舗 0 店	
商店街の種類	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 3.地域型商店街 4.近隣型商店街		

【事業名と実施年度】

平成12年度 空き店舗対策事業 チャレンジショップ、休憩所  
 総事業費 8,370千円

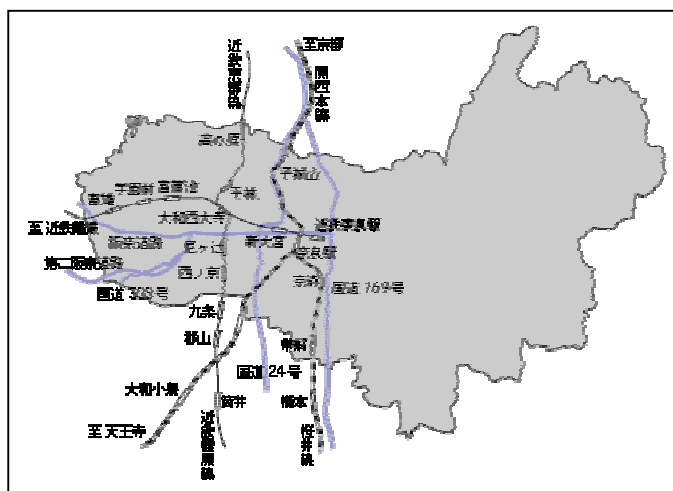
【事業実施内容】

1. 背景

奈良市における小売店舗数は年を追うごとに減少しており、その副次的な結果として商店街に空き店舗が続出している。

平成11年度の市内小売業の1商店当たりの年間販売額、従業者一人当たりの年間販売額、売場面積1㎡当たりの年間販売額は、3年前に比べてそれぞれ、1.8%、10.9%、6.9%の減少となっている。

中心市街地では、人口の減少及び高齢化が進展して、また、奈良市の人口重心は、以下のように北西部に大きく移動している。



奈良市位置図

- ・ 昭和50年 JR奈良駅踏切周辺
- ・ 昭和60年 大宮小学校校庭周辺
- ・ 平成7年 平城宮跡近鉄奈良駅踏切周辺

新たな北西部の開発は、中心市街地の空洞化が重心移動をさらに助長する要因になっている。

2. 事業内容

このような状況のなかで、中心市街地の賑わいを取り戻すことのための空き店舗対策事業を実施した。商店街の空き店舗を実験的に有効活用することにより、商店街の魅力と賑わいを高

め、話題を提供し、出店希望者が将来にわたり商店街に店舗を持つきっかけづくりを目的とした。

実施場所：以下の2商店街にて実施した。

船橋通り商店街 空き店舗3店舗

今御門商店街 空き店舗1店舗

(1) 船橋通り商店街(チャレンジショップ)

空き店舗概要：

旧店舗名	店舗面積	家賃月額	その他
安井商店	42m <sup>2</sup>	4万円	業種は喫茶店希望
京極書店	150m <sup>2</sup>	10万円	保証金60万円
ドリーム2	100m <sup>2</sup>	10万円	保証金50万円

対策委員会の下に、作業部会を設置し、実験店舗の選考等を協議した。折り込みチラシやホームページ等を通じて出店者を募集し、申し込み総数33名の中から各店舗毎に候補者3~5名を選出した。結果、飲食店(カフェ)及びガラス工芸品販売店が入店した。

(出店条件)

- ・ 出店期間：平成12年10月～平成13年3月31日
- ・ 家賃：月額10万円を上限に補助
- ・ 改装費：1店舗につき50万円を上限
- ・ 経費：保証金等は出店者負担
- ・ 業種：小売業・サービス業等



出店者募集に関する新聞記事



改装前と改装後の様子

(2) 今御門商店街(街の驛)

伊勢街道に面した今御門商店街の交差点においては、以前は駄菓子屋であった空き店舗を利用した商店街の情報発信基地として「街の驛」をオープンした。地元商店街加盟店の案内マップとともに地元物産などを展示する等により来街者への休息施設を開設した。



「街の驛」オープン時のチラシ

【 効 果 】

(商店街経営者アンケート調査結果)

船橋通り商店街(回収数 20 名)では、約半数が積極的な評価をし、残り半数は評価を保留した。導入店舗数が 2 店舗であり商店街へのインパクトという面ではあまり大きなものがないようであるが、「結果は別として良い試みであった」と考える者が 75%を占め、沈滞気味の商店街にあって何か行動を起こしたということへの評価が現れた。

今御門商店街(回収数 25 名)では、過半数の 60%が概ね良好であり、また「結果は別として良い試みであった」と考えている。

1. ハード面の効果

(1) 空き店舗の解消と商店街環境の向上

今までの殺風景な商店街にとってマイナスイメージが強かった空き店舗が、改装してシャッターを開けたことにより商店街の活気の復活と美観上のイメージアップにつながった。

(2) 他の空き店舗への働きかけ

商店街にある空き店舗のうち 1 店でも活用され出すと、他の空き店舗も連動して活用しようという動きと、活用しなければならないという緊張感が生じる。それは、今回の事業を通じて当該商店街に対する不特定者からの出店希望があるという可能性が証明された訳で、そのことが今後も頑張ろうとする精神的な基盤となるからである。

2. ソフト面の効果

(1) 商店街組合員の連帯感の向上

商店街の組合員相互の強調と団結心が大いに高揚され、商店街活動を通じて連帯感が強化された。

(2) 来街促進

消費者や顧客に対し、商店街とその活動についてアピールすることができ商店街に対する固定的なイメージが払拭された。特に観光客をはじめ、これまで商店街に注意を払わなかった客層が商店街に注目するところとなり、結果として来街促進に貢献した。

(3) 起業者育成

船橋通り商店街では実際に商店として空き店舗が活用され、このことにより新たな起業者が発掘されることとなった。

(4) 全国的な反響

「街の驛」は反響があり、この事業がモデルとなりこの種の施設が全国的な規模となって波及することが期待される。

(5) 商店街の評価向上

商店街の取り組みとしてこの事業が広く PR されたことにより、商店街に対する評価が向上するという副次的な成果が現れた。

(6) 地域住民と商店街（組合員）の連帯感の向上

商店街の組合員間は勿論、地域住民との間においてもまちづくりとそれに対する参加意識が相互に確認され、信頼感が連帯的意識として育まれた。

【課題・反省点】

今後の課題として、いかに事業を継続・運営を続けていくかということに集約される。それは次の2つのテーマに分けられる。

1. 一般的な課題

- ・商店街活動の中での本事業に対する取り組みと支援
- ・組合員の一体的協力意識
- ・地域住民及び来街者の理解と協力
- ・起業者（新規借上げ者）の不断の努力と資質の向上
- ・行政の支援
- ・今回開設した施設について運営維持費の長期的確保

2. まちづくり意識の課題

今回の事業は商店街を活性化するだけという近視眼的な見方よりも、奈良市のまちづくりという大局的な見地からの取り組みでなければならない。この意識の認識と積極的な事業への取り組みが商店街にとって今後重要なこととなる。

【関連URL】