

竹 田 商 工 会 議 所

機関名	竹田商工会議所		
所在地	大分県竹田市竹田 1 9 2 0 - 1		
電話番号	0 9 7 4 - 6 3 - 3 1 6 1		
地域概要	(1)管内人 1万7千人	(2)管内商店街数 3	商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 2	(2)会員数 172	商店
	(3)空店舗率 約18%	(4)大型店空き店舗 0	店
商店街の類型	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】

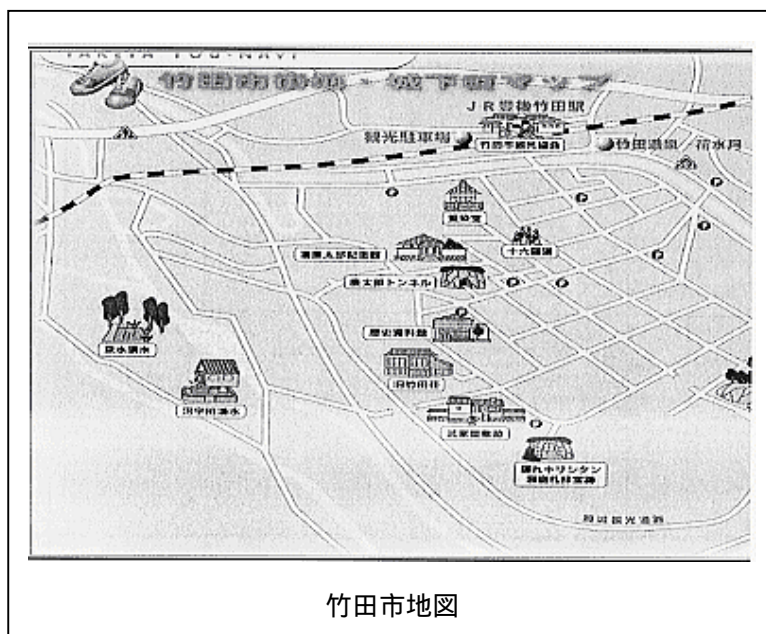
平成 12 年度 空き店舗対策事業 チャレンジショップ、情報提供、調査事業
 総事業費 18,700 千円

【事業実施内容】

1.背景

古町商店街と中央商店街からなる竹田市商店街連合会は、岡城址のもとに賑わいを見せてきた城下町商店街であるが、昭和 40 年代をピークに集客力が減少している。官公庁や量販店などが郊外に転出していく中、商店街の空洞化が一層進んでいる。今般、中心部の一角（市庁舎跡）に温泉が湧出したことから、温泉館（旧竹田市役所跡地に開設）から商店街をルートとした活性化を図ることとした。平成 12 年度には、両商店街の活性化を図るため、中心市街地空き店舗対策事業として次の目的を設定した。

- (1) 古町商店街と中央商店街の活性化
- (2) 空き店舗対策事業
- (3) 集客力の向上
- (4) 商店街と観光の結びつきの強化
- (5) 景観づくり
- (6) 各種イベント



2.事業内容

(1) チャレンジショップ (空店舗事業の7店舗実施)

古町商店街及び中央商店街における空き店舗を調査し、対象物件13件を選定し、業種を問わず大分県内に新聞紙上にて公募した。商店街と商工会議所で協議の結果、以下により推進した。

1) 7店舗のチャレンジショップ

全ての空店舗を埋めるよりも継続できる店舗を増やすことを重視しチャレンジショップを7店舗とした。

2) 交流館の開設

今回のまちづくり構想は、「農業と商業の交流」を目的しており、広く竹田市民に利用いただけるよう開設した。

3) 休憩所の設置

商店街からの要望に基づき、来街者に休憩所を設置した

(2) 核施設づくり(まちづくり会社(株)むらさき草の創設)

本事業の核として竹田市商店街連合会の活性化のシンボルとして、竹田市、商工会議所、商店街連合会との連携により民間型第三セクター(株)むらさき草を創設した。その後、同会社は温泉館にも物産部門で出店した。

1) 竹田市にこだわった物産の展示即売売場を設置することにより観光客及び消費者ニーズに応える。

2) 農産物と農産加工品等を販売する場所を提供することにより具体的な農業と商業の交流の場とする。

3) 竹田市に訪れる観光客及び消費者の「よどみ」の場所を創設することにより、竹田市の話題を作り、又情報の発信源とする

	商号	営業内容	面積	家賃補助	内装費
1	交流館	交流会場・休憩所・イベント (海の幸即売会、等の実施)	38 m ²	4万円×7ヶ月	40万円
2	(株)むらさき草 (2店舗)	郷土料理・特産品	1F149 m ²	"	200万円
3			2F110 m ²		
4	ヘアーステージLA	美容	29 m ²	"	100万円
5	クローネ	洋菓子	30 m ²	"	100万円
6	麦蔵	味噌・醤油・料量り売り	21.5 m ²	"	100万円
7	清和館	案内所・イベント場	38 m ²	"	80万円

交流館での海の幸即売会の実施



むらさき草一階店舗



チャレンジショップ クローネ(ケーキショップ)



清和館(休憩所)



(3) 商店街ガイドブックの頒布
商店街 200 店舗を一冊にまとめた冊誌「あっ、ここや」を市内全戸に無料配布、各店の存在のアピールを図った。

(4) 買物カートの配置と無料貸与
交流館・清和館等に、ショッピングカートを設置し、高齢者向けの配慮をした。

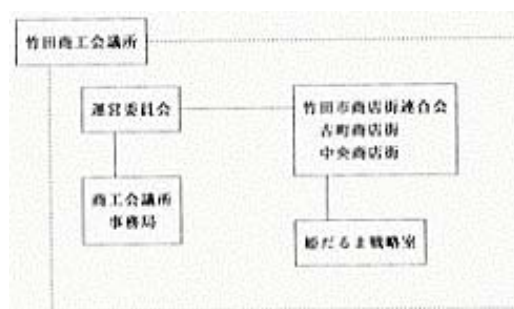
(5) 来街者の商店街要望アンケート、街内交通量調査等の調査事業

商店街ガイドブック「あっ、ここや」



実施にあたり、右図のような組織を構築した。運営委員会は、商工会議所、商店街関係、婦人部・青年部関係、消費者関係、関係団体企業、報道関係、行政関係、事務局、コンサルタントなど 41 名から構成され、姫だるま戦略室は、両商店街より、次代を担う若者で今何をすればよいかを実行できうるメンバーから構成された。

組織図



【 効 果 】

- (1) 商店街の核として、また観光面での名物・名所になる「むらさき草」がオープンできたこと。開店後は、朝市や各種展示会等の活動がなされ商店街の模範となっている。
- (2) チャレンジショップ入居企業は営業継続がなされている。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

- (1) 家賃の支援では次年度は、県単助成が続けられた。単年補助ではこの調子では脱落があったかもしれない。
- (2) 必要業種の出店と店舗所有者の相違があり、特に飲食部門の賃貸は極めて厳しい。また不足業種となる。
- (3) 街の顔を変えるためには関連事業を複数に同年に実施することが必要。
- (4) 市全体がタウンマネージメント的思想にグレードアップを図るところに来ている。
- (5) 商店街が「どのような街並み」にするか、そして実践しなければ変貌しない。

【 教 訓 】

- (1) 補助金目当てでは効果は上がらない。補助金でなく、受益者負担の原則の基に事業を推進すること。
- (2) 空き店舗でも、奥などに住居として残っている施設については、諸条件に難題が多すぎる。
- (3) エリアを絞った指定区域の集中した事業投入でないと効果が見えない。
- (4) 各個店が「商店街」をどのように変化(革新)させたいのかという認識を共有することが重要。
- (5) イベントを効果的に行うには役割り分担を明確化する。消費者及び来街者に対して「何を楽しみとさせるか」を明確に打ち出さなくてはならない。新聞広告・チラシだけに頼らず、「口コミ」「話題性」を集客の基本とすること。

【 関 連 U R L 】

竹田商工会議所

<http://www10.ocn.ne.jp/~murasaki/>