

多様な住民参加型のイベントを実施して商店街に賑わいを創出。

弘前上土手町商店街振興組合

機関名	弘前上土手町商店街振興組合		
所在地	青森県弘前市大字土手町151番地		
電話番号	0172-38-7030		
地域概要	(1)管内人口 174千人	(2)管内商店街数 11商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 1商店街	(2)会員数 59商店	
	(3)空店舗率 8.2%	(4)大型店空き店舗数 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15年度 活性化対策事業

- ・街路整備事業の終了に伴い街並みが一新した商店街を住民にアピールするためのイベントの実施
- ・掲示版の設置による情報発信

総事業費

3,900千円

【事業実施内容】

1. 背景

弘前市は津軽平野の南部に位置し、東の八甲田連峰、西の岩木山、南の白神山地、北の岩木川に囲まれ、自然に恵まれた都市である。また、津軽地方の政治・経済・文化の中心として繁栄するとともに、現在では国立弘前大学をはじめ、3大学と3短期大学、9高等学校を有する東北屈指の学園都市として成長を遂げている。昭和52年にはイトーヨーカドー、平成2～3年にダイエーが駅前に出店し駅前が商業の重心が移動。その後、10年前よりビブレ、ジャスコ等の郊外出店が進み、中心部にいた食品核ベニヤの郊外への移転、更に、高田地区への家電大型店、量販店等の出店等により、中心商店街地区の衰退に拍車がかかった。



弘前市の位置

弘前上土手町商店街では、築60年以上の店舗もあり、老朽化が進んでいたが、市の区画整理事業や県の街路整備事業と一体となった形で商店街近代化事業が平成10年度から実施され、15年10月に終了した。

一方で、商店街では、現在の商業環境の中において中小小売業店が大規模な商業施設と対

抗していくためには、居住者・来街者と商業者が一体となって街の賑わいを演出する施策を推進することが重要であるとの認識をもっており、ソフト事業を中心に賑わいの創出を目指す方針を有していた。

本事業では、新たな街並みに生まれ変わった商店街を市民に広く知ってもらい、地域の住民に親しまれる商店街となるため、市民が参加できるイベントを積極的に展開したほか、かわら版（情報掲示板）を設置して商店街の情報を定期的に発信し、賑わいの創出を図った。



弘前上土手町商店街の町並み

2. 事業内容

商店街の新たな街並みを地域住民にPRするとともに商店街への親しみを深めるために、住民参加型のイベントを実施して商店街の活性化を図った。また、「上土手かわら版」を設置して、商店街の取り組みやイベント情報を発信した。

(1) イベントの実施

商店街街路整備事業が終了したのを受け、「歴史と文化の薫る町 上土手町商店街」をキャッチコピーとして平成15年11月から平成16年3月までの5ヶ月間に渡って新街路オープニングイベントを5弾に分けて実施した。「常に何かを感じられる」内容となることに配慮すると共に、地域の人々が交流を図れることを念頭においてイベントの企画を行った。

①第1弾 「目で感じる街」

1) 商店街キャラクターの発表（平成15年11月15、16日）

公募した商店街キャラクターの優秀作品を発表・展示した。

2) 「What's a name?」（平成15年11月15日～12月15日）

新キャラクターと上土手町まちかど公園の愛称を公募した。

3) 「山の幸・海の幸満載！上土手朝市」（平成15年11月15、16日）

商店街の軒先で生鮮品や加工食品を販売した。

4) 「上土手もついでSHOW(注：「もついで」は目立ちやがりの意味)」（平成15年11月15、16日）

商店街に特設会場を設け、地域住民参加によるバンドやダンスのショーが行われ、商店街組合員による審査で受賞者を決定した。

②第2弾 「耳で感じる街」

1) イルミネーション点灯（平成15年12月1日～平成16年2月29日）

上土手まちかど公園や遊歩道をイルミネーションで装飾した。

2) 「上土手クリスマス路上ミュージック」（平成15年12月1日～25日）



上土手もついでSHOW

市内の各学校に参加を依頼して、学生の歌声や演奏を商店街の路上スピーカーで流した。

3) 「ホワイトクリスマスパーティー」(平成15年12月24日)

コスプレ大会・屋台・各種催し物等の企画を立てて、遊歩道で野外のクリスマスパーティーを実施した。また、企画運営の協力者を市民から募った。

4) 「世相川柳!上土手町品評会」(平成15年12月26日~平成16年1月18日)

年末年始にちなんだ川柳を募集して発表した。

5) 「上土手まつり(大売出し)」(平成15年12月14日~31日)

商店街での買物金額に応じて「現金つかみ取り券」を発券した。

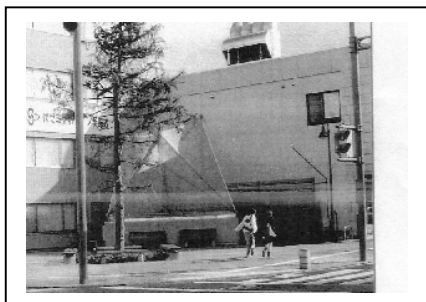
6) 「山の幸・海の幸満載!上土手日曜月市」(平成15年12月14日)

③第3弾 「肌で感じる街」

1) 「上土手まつり(抽選会)」(平成16年1月10日~12日)

2) 「My name is ○○○!」(平成16年1月10日~12日)

新キャラクターと上土手まちかど公園の愛称を発表した。



上土手まちかど公園「どってん広場」



新キャラクター「ドッピー」

3) 「SNOWオブジェ」(平成16年1月31日~2月8日)

市内の各学校に制作を依頼した雪のオブジェを遊歩道に展示し、雪祭りを実施した。

④第4弾 「愛を感じる街」

1) 「バレンタインメッセージ伝言版」(平成16年2月1日~15日)

バレンタインデーに向けてのメッセージを募集し、伝言板を設置した。

2) 「僕、私が考える上土手町商店街」(平成16年2月1日~29日)

市内の各小学校に「僕、私が考える上土手町商店街」の絵や作文の作成を依頼し、作品展を開催した。

⑤第5弾 「心で感じる街」

1) 「憧れの卒業生へのメッセージ」(平成16年3月1日~16日)

卒業生に向けてのメッセージを募集し、伝言板を設置した。

2) 「粋な川柳!上土手町品評会」(平成16年3月15日~31日)

上土手町にちなんだ川柳を募集し発表した。

(2) 「みんなの上土手 かわら版」の設置と情報発信

商店街にある3ヶ所のバス停留所及び商店街振興組合事務所の横にかわら版(情報掲示板)を設置し、商店街の情報やイベントのお知らせを掲示した。

【 効 果 】

1. 商店街の認知度

地域住民参加型イベントを定期的を実施するとともに商店街の動きを伝える「上土手かわら版」を設置したことで商店街の認知度が高まった。



上土手かわら版

2. 来街者の行動

イベントを単発ではなく、定期的を実施することで「楽しめる上土手町」というイメージが徐々に地域住民に浸透した。その結果、平成 15 年度歩行者通行調査（弘前商工会議所参考資料）によると市内全体の通行量が減少するなかで上土手町の通行量は微増傾向にあり、事業実施によって来街者数が増加した（下図参照）。

土手町の通行量

	平成 9 年度	平成 11 年度	平成 13 年度	平成 15 年度
上土手町	982	616	972	1,059
中土手町	4,834	4,170	5,427	3,612
下土手町	6,668	5,088	5,813	4,898

【 課 題 ・ 反 省 点 】

1. 実施期間・実施時期

屋外でのイベントを実施したことから、冬期間の雪対策に苦慮した。事業の実施時期・実施期間に工夫が必要である。

2. PR

更なる市民参加を促すために、より効果的な PR 方法を検討していく必要がある。

3. 利用者の声の反映

平成 16 年度は、地域住民がより楽しめる商店街に移行していくために、魅力あるイベントや質の高いサービスの提供を行っていくための土壌および仕組みを構築していく必要がある。また、来街者の声を事業展開に反映し、市民参加型の事業を推進していく。

【 事 業 の 実 施 ポ イ ン ト 】

今回の事業により、商店街の活性化を考える上ではいかに市民を巻き込んでいくかが重要であると感じた。市民参加によるイベントを展開するにあたって、商店街と市民の意識を一体化させることを心がけた。その結果、イベントを重ねるに連れて市民の参加意識が次第に高まり、事業の成功につながったと考えている。

【 関 連 U R L 】

弘前上土手町商店街振興組合 <http://www.jomon.ne.jp/%7Ekdote/menu/index2.html>