

地域住民のニーズを掴み、住民参加型イベントを展開することで、商店街活性化を目指す。

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	0 1 7 2 - 3 8 - 7 0 3 0			
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	(1)商店街数	1 商店街	(2)会員数	59 商店
商店街の概要	(3)空店舗率	6.3%	(4)大型店空き店舗数	0 店舗
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 16 年度 活性化対策事業

- ・シャッターアートプロジェクトの実施
- ・小学生商業体験
- ・コミュニティペーパー発行

総事業費

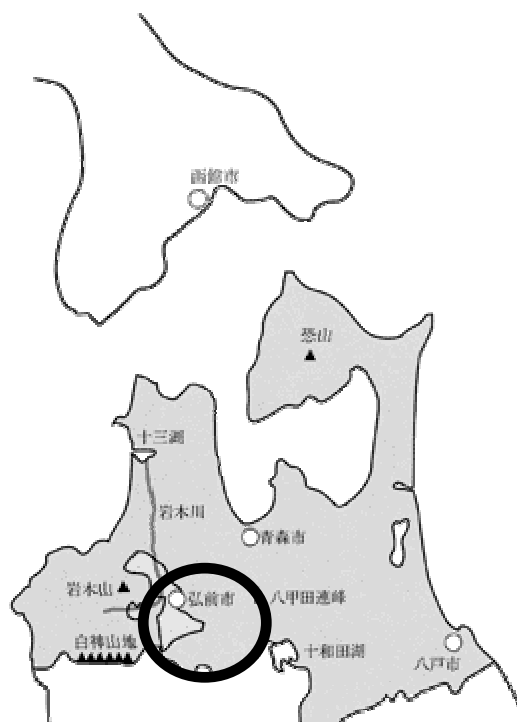
6,165 千円

【事業実施内容】

1. 背景

弘前市は、津軽地方の政治・経済の中心として繁栄し、また、お城とさくらに代表される数々の文化遺産と、津軽平野・八甲田連峰など恵まれた自然環境を土台に文化都市として発展した。現在では、国立弘前大学をはじめ、3 大学と 3 短期大学、9 つの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。しかし、成長・発展を遂げてきた弘前市であるが、近年の郊外化の影響で中心市街地区としての機能が衰退しており、街の賑わいを取り戻すことが急務となっている。

弘前上土手町商店街では、大型流通業と対抗していくためには、商業偏重の施策よりも居住・来街者と商業者が一体となって街の賑わいを演出できる施策が必要と考えた。県・市の環境整備事業の進捗に合わせ、居住環境を含めた生活環境の提案を個々の建造物計画



弘前市の位置（弘前市HPより）

と土地利用計画で対応していき、商業環境としては、ソフト事業を中心に居住・来街者と一体になっての賑わいの創出を目指すこととしている。

平成15年は、市民が積極的に参加できるイベントを積極的に展開した他、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。平成15年に引き続き、平成16年も市民参加型の複数のイベントを積極的に展開していった。

2. 事業内容

(1) シャッターアートプロジェクト

一般市民をはじめ大学や高校の美術部などに依頼し、テーマを決めて店舗のシャッターをキャンパスにして絵を描いてもらい話題性の創出とイメージアップを図る。

①テーマ：「はらっぱ」

②応募資格

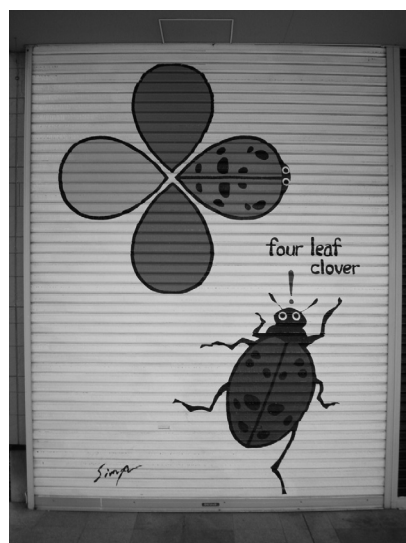
- ・団体、個人を問わない。代表者は18歳以上の個人であることが必要。
- ・平成16年8月19日～9月29日でシャッターにペイントができる個人又は団体。
- ・8月8日の公開審査会に参加できる人又は団体（代理可）。

③主催：弘前上土手町商店街振興組合 / 協力：NPO法人harappa

④応募総数：22点（うち11作品が採用）



シャッターアート



本年度もアートシャッター事業を継続していく。新たに8店の組合員店舗にアートが描かれ合計で19店舗になる。将来的には商店街の全店舗にアートが描かれることを期待している。また、本年度アート関連事業として、「のれん市」を行う。これは、商店街の全店舗にアートを描いたのれんをさげる、商店街イメージアップのためのイベントである。プロ・アマ・団体・個人を問わず公募をし、優秀なものを「のれん」として製作し商店街の店舗前に取り付けるというものである。のれんの大きさはおよそ畳1畳分である。

(2) 小学生商業体験

市内の小学生を対象に、上土手町で商売の疑似体験をしてもらえる人を20名募集した。流通の仕組みなどを勉強した後、上土手町商店街振興組合の各店舗から商品の提供を受け、また店主から販売のレクチャーをしてもらい、その後グループに分かれて役割分担をした。社長役や販売員、営業の係を決め、値札、チラシ制作に続いて販売ブースを設営し、路上において一般市民に対し実際に販売を体験してもらった。商店街事務局からは、予算や参考上代のみ提示し、値入率、POP、販売方法などはすべて小学生の自主性に任せることとした。

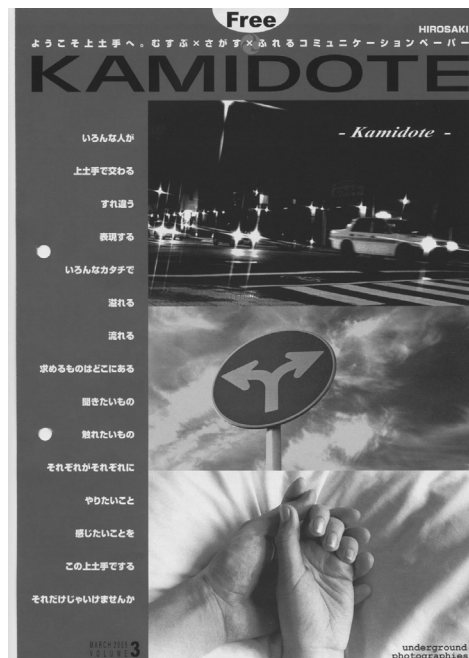
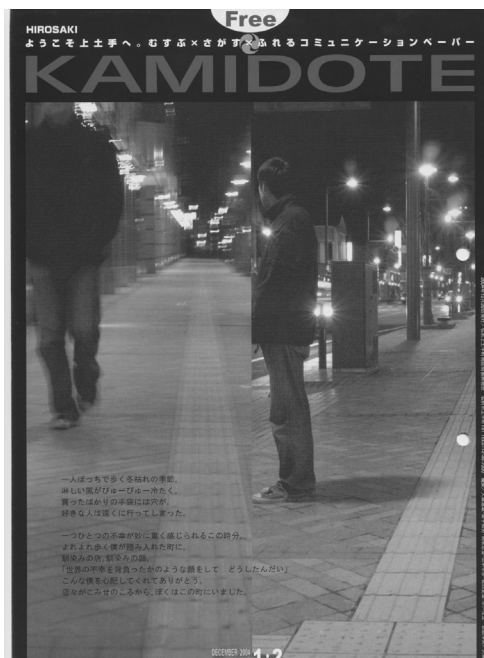
- ①名称：「かみどて収穫祭 小学生商業体験」
- ②開催日：平成16年11月24日
- ③参加人数：小学生20名（6チーム）
- ④販売品目：雑貨が7割以上、その他は衣料品等（食料品の取扱はなし）

(3) コミュニティペーパーの発行

新しい上土手町の魅力を伝えるためコミュニティペーパーの発行を行った。編集や取材に弘前大学の学生に参加してもらい表紙の写真は弘前大学の学生が撮影したものである。

<コミュニティペーパー発行部数>

- 1回目：全8ページ・5万部発行
- 2回目：全4ページ・5万部発行



コミュニティペーパーの表紙

【 効 果 】

1. 商店街の認知度

平成16年度は、市民参加による「アートシャッター」、「商業体験（小学生5・6年生対象）」、上土手町の情報発信で「コミュニティペーパー発行」の3つの事業を行い、多くの市民や来街者に対して好評を博し、商店街の認知度が上がった。

2. 来街者の行動

コミュニティペーパーを地元新聞に折込したことにより、商店街の事業が市民に広くアピールでき、商業体験や年末年始のイベントの盛況に結びついた。

3. 商店街の組織

来街者にアンケートを実施したことにより、商店街を利用する来街者の意識が数字として把握できた。その結果、各個店の改善点等を再発見し、商店街組織として今後どうあるべきかの道しるべともなった。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

1. PR

冬期間でも、多数の方々が参加できるような魅力的な事業とPR方法が必要である。

2. 来街者への対応による通常業務への影響

アートシャッターが好評だったのは良かったが、来街者の中には営業時間に関係なく「作品を見たいので、シャッターを下して下さい。」等のニーズがあり、その要求に快く応じる個店もあり手間をかける結果となってしまった。

3. 学校との折り合い

シャッターアートの製作者が高校生である場合、学校から保護者として教師がつく。シャッターアートが描ける時間は、店舗閉店後の夜になる。高校生は未成年なので保護がつく上に時間的に制限が多い。昨年度は、店舗閉店後からPM7:00くらいまでであった。今後、未成年の応募者への対応方法を考える必要がある。

4. 行政機関との折り合い

商業体験は、場所的な制約があり店舗数が限られてしまった。警察の許可が出ず道路に店舗をはみ出すこともできなかった。今後は警察等の行政関連の機関と連携した取組方法を検討していく。

【 事 業 の 実 施 ポ イ ン ト 】

1. 地域の方々が求めていることと商店街の個店が求めていることを把握し、イベント等に地域や商店主の方に積極的に参加していただくことが重要である。
2. 地域のことを再認識し、地域色を知り、それを活かしていく。
3. 活性化事業等のイベント活動は単年度で終わるのではなく継続・発展させていく。
4. アートを選考する際には、審査会を重要な位置づけとして、選考する審査員は外部の専門家をお願いする方法がよい。
5. 商業体験は、小学生の自主性を重んじること。指導的なものは最低限なものだけ提示

することとして、あとの経営・運営はすべて自由に行なえるようにする。

6. コミュニティペーパーについても、実際の製作者である大学生に内容を任せる方が良い。若者独得の自由な発想で作られたコミュニティペーパーはイメージ的に良いものとなる。

【 関 連 U R L 】

弘前上土手町商店街HP	http://www.jomon.ne.jp/~kdote/
NPO法人h a r a p p a HP	http://www.harappa-h.org/