

中心市街地での新規開業と賑わい空間を創出：チャレンジショップ「ソースポート」とコミュニティ施設「サラダボール」

まちづくり福井株式会社

機関名	まちづくり福井株式会社		
所在地	福井市中央1丁目5番1号		
電話番号	0776-30-0330		
地域概要	(1)管内人口 253千人	(2)管内商店街数 21商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 12	(2)会員数 374商店	
	(3)空店舗率 %	(4)大型店空き店舗数 1	
	福井駅前商店街振興組合 他 11 商店街		
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16年度	コミュニティ施設活用事業（高齢者等交流施設）	・商店街利用者サービス施設（休憩所、トイレ、ミニギャラリー、口コミ情報発信）
	総事業費	8,047千円

【事業実施内容】

1. 背景

福井市中心市街地では、定住人口の減少、近年の車社会の進展による郊外への大規模ショッピングセンターの立地、公共公益施設の郊外移転等により空洞化が進み、空き店舗が点在するようになってきており、商店街の連続性や賑わい創出を阻害する要因となっている。

一方、商店街の空き店舗は、新規に創業を予定している者にとっては新たなビジネス拠点として、また、地域においては貴重なコミュニティスペースとして有効利用できる可能性を有しており、平成15年度、当市では、空き店舗をチャレンジショップやコミュニティ施設として活用することで商店街に連続性を回復し、併せて新規創業の促進、人材の育成、賑わいの創出を図るための取組みを開始した。

チャレンジショップに関しては商店街等活性化事業（空き店舗対策事業）として平成15年度内に終了したが、県・市の補助を受け現在（平成18年2月現在）も継続中である。コミュニティ施設に関しては、コミュニティ施設活用事業（高齢者等交流施設）として平成15年度よりミニギャラリーを備えた休憩施設を設置し、平成16年度は情報発



福井市の位置（福井市HPより）

信基地としての役割を付加した。

2. 事集概要

コミュニティ施設 (Salad Bowl) は、中心市街地における市民の自由広場として、平成 15 年 10 月にオープンした。利用者の自由な表現の場として、無料で利用できるギャラリーを備えている。

平成 16 年度は、ギャラリーやイベントの利用だけでなく、まちなかの情報発信機能として、まちなか観光情報の提示や、来街者の情報交換の場としての利用促進を図った。来街者の情報交換では、「くちこみマップ」として周辺地図を壁面に掲示し、施設利用者にお気に入りのお店情報を記入してもらうことで情報の共有化を図った。情報発信には学生を起用し、若い視点による新たな切り口で情報を提供することにより、集客性の向上を図った。また、テーブルや椅子等の休憩施設の設置に加え、無料貸し出しのベビーカーを備えて、来街者が気軽に集まり、散策の起点とできる憩いの空間を提供した。

①開設位置:福井市中央 1 丁目(ガレリア元町商店街)

②開設期間:平成 16 年 4 月 1 日～平成 17 年 3 月末日

③施設面積:30 坪

④施設設備:トイレ・空調・展示用パネル・テーブル・椅子

⑤ミニギャラリー出展要項

・対象:個人・グループ

・出展料:無料

・展示内容:創造的、公益的な活動の発表。営利、宗教、政治を目的とした企画ではないこと。

・展示期間:開設期間のうち、原則 2 週間以内

⑥運営状況

・ギャラリー等の利用状況:「どーぐ箱 2005」(巨大ペーパークラフト等展示、2 月 25 日～3 月 12 日)他 7 回開催

・イベント等の利用状況:「みてまわる駅前空間店舗情報説明会」(3 月 13 日)他 12 回開催



Salad Bowl 外観



Salad Bowl 内部



くちこみマップ

(3) 広報

各報道機関への働きかけを行い、パブリシティの活用に努め、新聞や雑誌、テレビ、ラジオ等でも取り上げられた。また、地元情報誌やテレビ、ラジオ、新聞折込チラシなど、様々な媒体を活用し募集や周知を図った。

【 効 果 】

1. 来街者の認知

本施設は、中心市街地に不足する休憩・トイレ施設として利用され、また、飲食・ショッピングマップを制作・設置したことで、散策の起点としても利用されている。更に、各種メディアを活用したことにより、商店街としての認知度も向上したと考える

2. 情報交流機能の向上

ギャラリーだけでなく、より多目的に利用してもらえるよう活動を行ってきた。福井観光協会とタイアップを図った駅前観光ステーションや各大学と連携した発表会や展示会、各種団体のミーティング等、利用に幅が出てきている。アンケート結果からも、くちこみによる利用が増えており、また、まちの休憩所としてだけではなく、ギャラリー等のイベントや中心市街地情報のために施設を訪れる方も増えてきており、次第に定着しつつあることがうかがい知れる。

前年と比して、利用者数は増加しており、中心部に不足する休憩施設を提供すると、来訪者・イベント等参加者という事業目的には一定の効果があったと考えられる。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

1. PR方法

立地が商店街の中央に位置し、目立ちにくい。TV やラジオ等の媒体を使つてのCM や活字媒体の広告など支援は行つたが、店舗位置をどうお客様に認知していただくかが課題。

2. 人的体制

施設運営については、地元の大学の協力を得て人的配置等を行つてきたが、講義等の兼ね合いで配置に苦慮している。

【 事 業 の 実 施 ポ イ ン ト 】

いかに市民・来街者に認知してもらうかが重要。また、幅広い広報が必要と考える。

【 関 連 U R L 】

まちづくり福井(株) <http://www.ftmo.co.jp/>

福井市 <http://www.city.fukui.lg.jp/>

福井商工会議所 <http://www.fcci.or.jp/>