

【助成事業：通町コンコン夏まつり2014】

ポイント

## 歴史ある街で、商店街スゴロクなど工夫を凝らしたイベントで子育て世代を呼び込む

人口の減少や郊外型大型店の進出による消費の低迷が課題となっている秋田市の中心商店街で、若手の役員が中心となり、地元の神社に因んだ「コンコン祭り」や子供達に人気の「商店街スゴロク」、街が華やかになる「季節の装飾」や街区での「市」など多彩なイベントを展開。知恵と工夫を凝らすことで、常に“何かやっている商店街”という積極的なイメージ作りに成功し、認知度の向上と集客に大きな効果を上げている。

## 商店街情報

所在地：秋田県秋田市保戸野通町5番31号

地域の人口：309,878人 135,653世帯

(秋田市 平成30年3月現在)

商店街の種類：地域型商店街

組合員数：67名

店舗数：67店舗(主な業種構成：飲・食料品、生花、衣料品、陶磁器・金物、医薬・化粧品、不動産、飲食・サービスなど)

TEL・FAX：018-863-4946

URL：<https://www.facebook.com/tourimati/>

商店街の風景

## 商店街の概要と近年の環境変化

JR秋田駅の西約1.5kmに位置する地域型商店街。近隣には秋田市役所、秋田県庁等の行政機関や地銀の本店があり、近隣の大町商店街等とともに東北の中核都市である秋田市の中心市街地の一角を構成している。

当商店街の歴史は非常に古く、慶長7年(1602年)に藩主佐竹侯が常陸の国から秋田に移封された折り、家臣とともに引き連れてきた商人を当地に住ませたことに由来する。その後嘉永6年(1629年)には藩命により、隣の大町とともに2階建ての通りに街並みを整備。また、藩主の居城久保田城の城下と近郊の農村をつなぐ通り道でもあり、当地で朝市を行うことが許されて農産物や海産物、日用品等が商われ、文字通り“市”として発展してきた。現在も商店街には創業400年を超えるといわれる佐野薬局があるほか、有形文化財に登録されている和洋折衷建築の高砂堂など老舗が軒を並べている。

商店街の約600mの街区には生鮮食品、菓子、生花、陶磁器、薬局、家電、自転車等約70の店舗が営業している。20年ほど前に商店街振興組合を組織して近代化事業を実施。セットバックを完成して広い歩道を有する快適な買い物空間を構成し、大型のイベントも可能となっている。

しかし近年、秋田市の人口減少等により市内の購買力も減少、その一方で郊外型大型店が増加し、さらに平成14年には近隣のダイエー秋田店が、22年にはイトーヨーカ堂が撤退、24年には大町商店街に面するショッピングモールが閉店するなど、集客の要である大型店の相次ぐ撤退により、商店街では新たな集客戦略の展開が必須の状況となっていた。



秋田県の伝統行事 竿燈まつりの様子



招福狐の行列の様子

## 助成事業の概要とその成果

当商店街では、従来から積極的にイベント事業を展開しており、ワゴンセール「通の市」や「春らんまん」等の季節ごとのイベント、「招福狐の行列」、隣接する大町商店街との「新春綱引き大会」等を開催し、消費者へのアピールに努めてきた。しかし、マンネリ化の傾向が否めないことと、事業費の捻出等が課題であった。こうした中で、市議会議員でもあるNPOの代表者から助成事業の存在を知らされ、これまで手掛けていた事業に新機軸を盛り込み、大幅に内容を充実させてイベントを展開した。主要なものは以下のとおり。

### <平成25年度事業：通町商店街キツネプロジェクト>

#### ①通町コンコン祭り2013

商店街を歩行者天国として、近隣の招福稲荷神社に因んだイベントを開催。招福狐の行列やキツネ娘が接待するキツネカフェ、誰でもキツネに変身できる無料フェイスペイント、キッズダンス、フォトコンコンマラソン、ステージイベント、商店街で購入した肉や野菜を材料とする路上でのBBQなどに加え、各店自慢の逸品の販売等を実施。来街客が組合員の店舗を回り、それぞれの店の良さを知ってもらうことに重点を置いた。

#### ②通町横断クイズラリー

商店街の各店舗に足を運んでもらうきっかけづくりを目指してクイズラリーを開催。店でクイズの用紙をもらって33の店舗を回り、各店舗のポスターに書かれている文字を探して一つの言葉を作り、招福稲荷の賽銭箱に入れて応募するというもので、必ず店の人とのコミュニケーションを介在させたことがポイントである。

### <平成26年度事業：通町コンコン夏まつり2014>

#### ①通町コンコン祭り2014

前年度の実績を踏まえ、より多くの方に商店街を歩いてもらうとともに、子育て世代を狙って子供も楽しめる催しを充実させた。内容はプロサッカーチームのクイズで商店街を回遊、スポーツスイカ割り、BMXショー、路上BBQ、夜の商店街スゴロク等を実施した。

#### ②夏のディスプレイコンテスト

秋田美大の学生と連携し、各店舗の飾り付けを競うディスプレイコンテストを開催。“商店街全体に興味を持ってもらえるように通りに面した店舗の飾り付けに工夫を凝らそう”との考えのもと、16店舗が参加して新しい売り場作りに挑戦。審査にはお客様も参加し、店の魅力を発信する機会とした。

#### ③通町利き酒大会

ワゴンセール、フリーマーケット等の手作りイベントを行う夏の名物「通町の草市」に合わせて、秋田の銘酒を活用して大人に楽しんでもらえる目玉企画「利き酒大会」を開催。普段商店街と接点の少ない男性客に好評であった。

### <助成事業による成果等>

上記のように、助成事業では商店街と個店の魅力を幅広い層に知ってもらい、来街と来店を促して販売につながるよう工夫を凝らした。また、季節ごとのイベントや、ホームページ・フェイスブックでの情報発信に力を入れた。これにより、地域のお客さんの評価が高まったほか、イベント時のアンケートの結果を分析し、新たな活動の方向等を探る資料とした。



コンコンまつり2013開催  
きつねカフェやバーベキューの様子



ディスプレイコンテストの作品  
上 書店は商店街のミニチュア模型で商品を陳列  
下 精肉店のペットボトルで作った肉や花でディスプレイ

## 助成事業以降の商店街活動

当商店街では佐藤理事長の発案で、「この町に集う人々の『満足と笑顔』のお手伝い」をビジョンとする商店街の組織理念を制定している。これの実現に向けて①笑顔であいさつしよう、②街をきれいにしよう、③人に優しく環境に配慮した街を目指そう等11のミッションと、「常にお客様の目線に立ち笑顔と誠意を持って積極的に行動します。」といった基本的な価値観の共有を図っている。組合が実施している数々のイベント等も、こうしたビジョンの実現と深く結びついており、イベント参加者を固定客化するための様々な工夫が凝らされている。

現在商店街では、継続して「招福狐の行列」、「通の市」や「草市」等を実施するほか「商店街スゴロク」や季節折々のイベントを展開し、集客に努めている。

### ①商店街スゴロク

商店街をすごろく盤に見立て、サイコロを振って出た目で各店を訪問、参加費は500円で600円分の買い物券が渡される。店では「試着する」「買物をする」等のお題をクリアしながら上がりを目指すもの。街を元気にしたいという市議会議員でNPO代表の武内氏の発案で、隣の大町商店街と合同で年4回実施している。毎回100人ほどの参加があり、「知らない店もあり新たな発見があった」「敷居が高かった老舗に入るきっかけとなった」など評判は上々。それほど費用をかけてはいないが、新規顧客の獲得に貢献している。



春：さくら色のおみくじで満開

### ②四季折々のユニークイベントで集客

春には「縁結びのおみくじで桜を咲かせましょう」と題し、店舗で桜色のおみくじを引いてもらって造花の枝に結んでもらった。店では春に因んだ商品を売り、エイプリルフールに合わせて「未来が見える眼鏡あります(眼鏡屋)」「東京駅より徒歩圏の格安物件あり・徒歩六日(不動産)」等の架空の宣伝ボードを設置して来街者に楽しんでもらった。



夏：舞妓さんと打ち水の様子

夏には「あきた舞妓と打ち水」を実施。気温が30度を超えた日に店主が打ち水を行うほか、初日にはあきた舞妓も登場。各店の軒先に風鈴を下げて日本古来の方法で涼をとり、エコ活動に取り組む商店街をアピールした。

秋には「あきた舞妓によるチャリティー茶会」と銘打って、招福稲荷神社で野点を開催。舞妓さんとの記念撮影やワゴンでのチャリティーバザーを実施し、収益を熊本の被災地に寄付した。



秋：舞妓さんとのチャリティー茶会の様子

冬には恒例の「新春夢綱引き」を大町商店街と開催。当商店街が勝てば「商売繁盛」、大町商店街が勝てば「無病息災」を目指しての真剣勝負。子供を含めて150人ほどが参加し、店との交流を楽しんでもらった。



冬：新春夢綱引きの様子

### ③エイジフレンドリーパートナー事業を展開

秋田市が推進する「エイジフレンドリーパートナー事業」に商店街として登録。店舗の外に休憩用のイスや大きな文字の案内板を設置し、わかりやすい商品配置にするなど高齢者の買い物を支援している。また、店主が認知症サポーターの講習を受けるほか、特別養護老人ホームで出張商店街を実施し、入所者に買い物を楽しんでもらった。



## 自治体による活性化支援等

### 秋田市

秋田市は現在、新たな街の価値や魅力の創出を目指して2期目の中心市街地活性化計画を推進しているが、市内人口の漸減傾向による消費の低迷に加え、集客の核となる大型店の閉店・撤退等による商業機能の縮小が課題となっている。一方、郊外型店舗への購買力の流出は続いており、商店街を含めて市中心部の商業環境は依然として厳しいものがあり、来街者を誘導するなど活性化への取り組みが急がれている。こうした中で、通町商店街は常に何らかのイベント等を実施し、集客に向けて努力を傾注している商店街であり、積極的な活動を評価している。市では、こうした商店街活動を支援するための予算措置を講じているが、主要なものは以下のとおりである。

#### ①中心市街地商業集積促進事業費補助金

中心市街地における商店街の空き店舗や商業施設の空きテナントへの出店者に対し、改装費や広告宣伝費、賃料等の一部を補助するもの。昨年度から、補助対象エリアの拡大と助成期間の延長等の拡充を行っている。

#### ②商店街振興事業

##### a.商店街ソフト事業

魅力ある商店街づくりを促進し、店舗の収益増加につながるような夏祭りや大売り出し等のイベントに対して事業費の一部を助成。

##### b.商店街ブラッシュアップ事業

商店街の振興について企画から実施までのノウハウを学ぶほか、外部専門家を交えたワークショップ事業等に対して事業費の一部を助成。

##### c.商店街共同施設設置事業

商店街が、公衆の利便に供する公共性の高い共同施設を設置する場合、事業費の一部を助成。

## 商店街の今後の戦略

### 通町を「ツウ」の街に！！

消費者が、商店街から大型店に流れ、さらに大型店からネット販売に流れるなど時代は刻々と変化しており、お客さんのニーズを的確に捉えた柔軟な商店街運営が必要であると考えます。商店街は常にお客さんから信頼され、思い出してもらい、買物は通町だと認識してもらえるようPRを強化していきたい。このためには、頭の柔らかい外部の人や若い人の知恵を活用していくことが必要で、イベントを手伝ってくれる近隣の大学生等の声も積極的に反映していきたい。

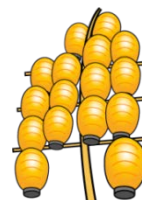
また、今後は「通の街」として、通の人に喜ばれるよう商品知識を高め、来店客の生活のヒントを提供できるよう研鑽を積みたい。これらを通じて「接客日本一の商店街」と誇れるような商店街を目指していく。



～ 仕掛け人 ～

秋田市通町商店街振興組合

中 理事長 佐藤政則  
左 副理事長 金子敬司  
右 青年部長 青井智



## 取材を通じて明らかになったこと

秋田市の人口が年々減少傾向にある中で、通町商店街は来街者数を維持しているほか、行政機関等もその活動を高く評価している。特に、毎月のように何らかのイベントを展開しているが、さくら色のおみくじやパロディーのポスターなどマンネリに陥らないように様々な工夫を凝らし、極力費用をかけず、外部の力を活用し、立案から実施までが7日間のエイプリルフールのように機動的な運営が商店街の持ち味である。こうした活動の基盤として、「常にお客様の目線に立つ」という組織理念を商店主が共有していることが挙げられる。年間を通して街に楽しい笑顔が溢れることが、活性化への第一歩であることを強く認識させられた取り組みである。