

地域の資源を生かしアイデアを出し合った新商品が好評！

尾 花 沢 市 商 工 会

機関名	尾花沢市商工会		
所在地	山形県尾花沢市若葉町 1 - 2 - 2 0		
電話番号	0 2 3 7 - 2 2 - 0 1 2 8		
地域概要	(1)管内人口 2 万 2 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 1 商店街	(2)会員数 3 1 商店	
	(3)空店舗率 2 9 . 7 %	(4)大型店空き店舗 1 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 13 年度 空き店舗対策事業 ギャラリー、イベント
総事業費 8,556 千円

【事業実施内容】

1．背景

尾花沢市は山形県の最北東に位置し、奥羽山脈、出羽丘陵などの山々に囲まれた盆地。人口 2 万 2000 人、「雪とスイカと花笠のまち」として知られ、市内の銀山温泉は全国的にも知られた観光地である。平成 11 年に山形新幹線が新庄まで延びたこともあり、首都圏との交通の便が向上し、商工業人口の流動性は高まった。一方で、交通網の発達や、郊外への大型店やスーパー、コンビニエンスストアの進出によって、中心商店街は販売不振、業績低迷に陥っている。加えて、少子化などによる地域人口の減少が進み、中心市街地の過疎化が進むものと懸念されている。

こうした状況を踏まえ、尾花沢商店街では、中心市街地の空き店舗を利用した商店街活性化事業に取り組んだ。

まず、平成 11 年度には、「空き店舗」の一部を改装し「尾花沢夢ファクトリー」を開設。地域情報発信施設として、顧客の誘引活動及び交流の場として運用した。

さらに、平成 13 年は隣接する「蔵」を改装し、「夢の蔵」として、コンサートやギャラリーなど誘客効果の高い事業を行った。



2. 事業内容

(1) 事業の概況

地域住民の生活を支える上で重要なのは商業ゾーンの確保、ならびに商店街と企業・商店街と市民のコミュニティである。そのためにも現状「空き店舗」である「蔵」をイベント会場としてオープンすることで、商店街の活性化につなげると同時に、商店街の「核」として地域内外への情報発信や中心市街地のコミュニティ機能を持たせるなど、多機能施設としての利用促進を図ることにした。

(2) 空き店舗活用支援事業推進委員

委員長 尾花沢市観光・物産協会長
学識経験者 中小企業診断士
委員 尾花沢市商工会会長
同 商工会副会長
同 工業部会長
商店街協同組合理事長
尾花沢商工スタンプ会長
新町銀座商店会会長
花笠通り振興会会長 など 計 19 名
事務局 尾花沢市商工観光課長
同 商工労政係長
尾花沢市商工会事務局長 など 9 名

(3) 委員会等の開催

1) 空き店舗活用支援事業推進委員会 3 回

第 1 回 平成 13 年 6 月 21 日 出席者 26 名

平成 13 年度空き店舗活用支援事業について

今後の事業計画・活動について

事業スケジュールについて

講和 「地域の役割と地域文化の勧め」 講師：中小企業診断士

第 2 回 平成 13 年 12 月 20 日 出席者 22 名

「空き店舗事業」経過報告

商店街等活性化懇談会 「街づくりの勧め」 講師：中小企業診断士

第 3 回 <事業報告会> 平成 14 年 3 月 31 日 出席者 19 名

平成 13 年度「空き店舗活用支援事業」報告

講和 「空き店舗活用支援事業」にみる街おこし 講師：中小企業診断士

2) 作業部会 9 回

(3) 事業

<ギャラリー事業>

1) 上の畑焼作品展

2) 「銀山温泉物語」写真展

3) 「蔵」から出た新聞展

4) 今川夕子追悼展

5) 尾花沢写真展(昭和初期のくらし)

6) こけし雛展

< イベント事業 >

1) 夢の「蔵」開所式 (H13.8.11 参加人数 48 名)

尾花沢太鼓の競演

2) 「蔵」しっくコンサート(ミニ音楽会 延べ6回開催)

3) 夢味覚祭(フリーマーケット、収穫まつり、花笠おどり)

4) 雅子さまおめでとうコンサート(愛子さまご誕生日に実施)

5) おひなさま月間イベント(むかし語り部、舞踊会、春のお茶会、音楽会)

【 効 果 】

(1) 来客状況

都市部を中心に週末(土日)観光客の来館利用者が増加傾向にあり順調に推移している。
また、県外近隣商工会や商店街からの視察団体も多く、商店街への集客効果は高い。

1) 月別来館者数

月	来館者数(推計)	主な行事
8月	2,548名	8月11日オープン 第1回上の畑焼作品展
9月	2,154名	第1回「蔵」しっくコンサート 第2回上の畑焼作品展
10月	2,472名	第2回「蔵」しっくコンサート 「夢味覚祭」、フリーマーケット 「蔵」から出た古新聞展(118年前)
11月	2,000名	—今川夕子追悼展— 尾花沢アートアカデミー会員展
12月	1,321名	第3回「蔵」しっくコンサート(雅子さまおめでとう) 初「夢」物語 朝までトーク 歳末大売出し抽選会
1月	1,850名	第4回「蔵」しっくコンサート 第1回おばなざわギャラリー展 第2回おばなざわギャラリー展
2月	1,200名	雪まつり協賛 桃の節句 ひなまつり
3月	2,239名	ひなまつり月間 とんとむかし語り部 おひなさま舞踊会 第5回「蔵」しっくコンサート 「春のお茶会」 第6回「蔵」しっくコンサート
合計	15,784名	

(2) 近隣商店街への波及

本事業により近隣商店街の「街区事業」意欲が出てきている。市民ぐるみの「まるだし尾花沢ふれあいまつり」や、中心商店街で実施した「夜市」事業、街路灯設置事業、近隣商店街の装飾ソフト事業等は、まさに「空き店舗活用支援事業」による波及効果が出たものと思う。

(3) マスコミの取上げ・認知度

本事業については新聞社(地元紙)を中心に、具体的に報道しており事業周知度は高い。また、行政発行の「市報」への掲載は頻繁にあり、地区内からのイベント要望も多い。

(4) 特産物販売への影響

「雪とスイカと花笠のまち尾花沢」をキャッチフレーズに、尾花沢市内の観光・物産の情報発信による消費効果は大きいものがある。特に、夏スイカ日本一をほこる「尾花沢すいか」の販路・消費拡大への事業効果は更なるものがある。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

(1) 商店街の参加意識は希薄で、主体性に欠ける。(事務局ベース)

(2) 助成事業に頼りがち

(3) リーダーシップを持った人材不足(事業発想力が乏しい)

(4) 事業意識が希薄でイベントへの参加も一部に偏っている。

(5) 補助金終了後の事業運営

(6) 行政の事業意識

【 教 訓 】

(1) 財源確保

当施設は情報発信施設として運用した事により、収益性に欠ける。

(2) 商店街事業との拘りを重視

本事業により施設への集客効果は大きい。しかし、商店街への顧客の回遊性を高める対策が必要である。

【 関 連 U R L 】

尾花沢市商工会

<http://www.shokokai-yamagata.or.jp/obanazawa/>



10 月に開催された『夢味覚祭』には、市内だけに止まらず、庄内地区からバスで駆けつけた団体客もあり、大いに賑わいを見せた。



『蔵しゅくコンサート』はなかなか好評。バイオリン、クラリネット、ボーカル、大正琴、など、延べ6回開かれた。