

「花」をテーマとしてイベント開催で商店街を活性化

奈良商工会議所

機関名	奈良商工会議所		
所在地	奈良県奈良市登大路町36番地の2		
電話番号	0742-26-6222		
地域概要	(1)管内人口 36万4千人	(2)管内商店街数 37商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 4商店街	(2)会員数 266商店	
	(3)空店舗率 6.3%	(4)大型店空き店舗数 0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14年度 活性化対策事業

・エコバッグ、花の種配布

・花ポットの設置

・ショッピングラリーの実施

・フラワーアレンジメント教室・花の写真展開催

総事業費

4,500千円

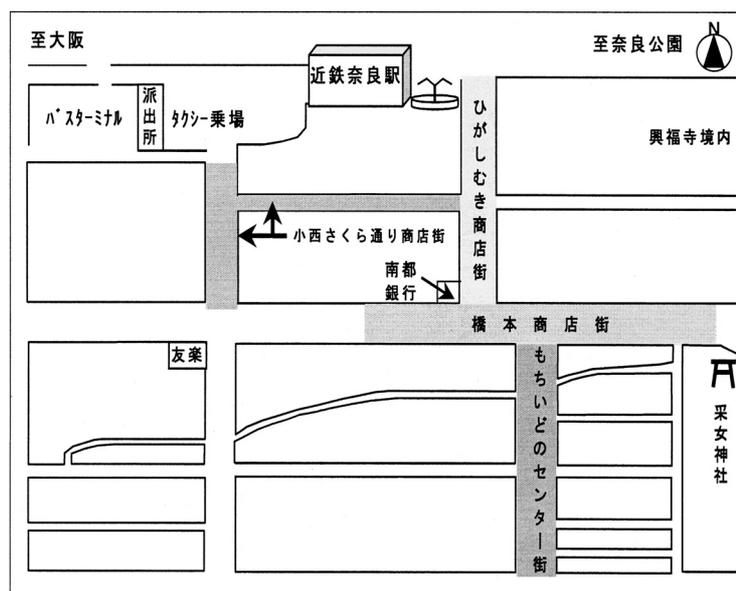
【事業実施内容】

1. 背景

奈良市における小売店舗数は年を追うごとに減少しており、空き店舗も続出している。また、中心的市街地である近鉄奈良駅を起点とする4商店街では、駅利用者や近隣の居住者によって一定の通行量は見込めるものの、売上に直結する来街者数はむしろ減少している。

厳しい経営環境が続く商店街の活性化対策として、来街者の来街動機の増進を図り、4商店街の連帯意識の高揚を図ることを目指し、4商店街合同で本事業を実施することとした。

合同イベント事業の対象となる、近鉄奈良駅前の4商店街の概況は下記の通りである。



4商店街の位置関係

名称	東向商店街	小西さくら通り商店街	橋本商店街	もちいどのセンター街
組織形態・設立	法人（協同組合）	法人（振興組合）	非法人	法人（協同組合）
会員数	73名（特別会員含む）	82名	34名	77名
総店舗数	69店舗	90店舗	34店舗	77店舗
商店街延長（概算）	約220m	約280m	約170m	約250m
アーケードの有無	あり	なし	なし	あり
販促事業・特記	－	七夕祭り	日祭日歩行者天国	歳末大売出し、ワクワク車デー等

2. 事業内容

（1）事業概要

観光地の玄関口商店街としてのホスピタリティを表すとともに、各店舗で花を育てることにより商店街に対する「環境美化」の意識を高め、さらに「花」をテーマとしたイベントを開催することにより、商店街の活性化と新たなイメージを作り出すことを目的として、本事業を実施した。このため、事業タイトルは「花・HANA・ストリートフェスティバル2002」とした。

なお、具体的な事業内容は下記の通りである。

（2）オープニングイベント

①日 時：平成14年11月10日（日）

②場 所

- ・近鉄奈良駅前界限：エコバッグ・花の種配布
- ・マーチャントシードセンター：フラワーアレンジメント教室、生け花展

③イベント概要：エコバッグ・花の種配布

ミス奈良の3人を迎え、4商店街のイベントメンバー、委員会メンバーで11時にマーチャントシードセンターを出発、東向商店街から近鉄奈良駅前を經由し、小西通り、橋本商店街、もちいどのセンター街を行進し、『花・HANA・ストリートフェスティバル』のパンフレットと共にエコバッグ・チューリップの球根・なでしこの種を配布した。

（3）ショッピングラリー

①期 間：平成14年11月10日（日）～平成14年12月15日（日）

②場 所：対象4商店街

③イベント概要

年末に実施されるガラポン抽選会に参加できる、スタンプラリーを開催した。対象商店街での500円以上の買い物により、スタンプ台紙（マップ兼用）に押印した。

（4）花の写真展「フォト・ジョイなら」

①期 間：平成14年12月15日～12月23日（月）

奈良商工会議所

②場 所：マーチャントシードセンター

③イベント概要

写真家の矢野建彦氏による花の写真展を開催した。

(5) ガラポン抽選会

①場 所：平成14年12月18日（水）～平成14年12月25日（水）

②場 所：

- ・東向商店街（12月18、19日） ・小西さくら通り （12月20、21日）
- ・橋本商店街（12月22、23日） ・もちいどのセンター街（12月24、25日）

③イベント概要

ショッピングラリーと連動し、4商店街のスタンプが押印されたスタンプ台紙で、ガラポン抽選に1回チャレンジできる。景品は季節の花や4商店街共通お買い物券などを用意した。

(6) 花ポットの設置

①期 間：平成14年11月10日（日）～平成15年2月下旬

②場 所：4商店街各店舗（280店舗）

③イベントの概要

下記のスケジュールで対象商店街の各店舗を花で装飾した。

第1弾	11月10日～11月30日	テルスター（なでしこ）寄せ植え
第2弾	12月1日～12月25日	ノースポールとデイジー寄せ植え
第3弾	12月25日～1月15日	年末迎春用（竹・葉牡丹）寄せ植え
第4弾	1月16日～2月下旬	パンジーの寄せ植え



エコバッグ、花の種の配布風景



ノースポールとデイジーの寄せ植え

【効 果】

各店舗で花を育てたり、ゴミ捨ての配慮をしたりするなど、商店街に対する「環境美化」の意識を高めることができた。「花」をテーマとしたことにより、商店街の活性化と新たなイメージ作りに寄与することができたと思われる。また、4商店街合同での開催により、連帯感が強化されたことも大きな成果である。

また、本事業に関しては、参加商店街店舗経営者と来街者へのアンケート調査を実施し、実行サイドと参加者サイドから見た本事業の効果と改善点等を明確にした。アンケートの結果を見ると、当日来街するまで本事業開催について「知らなかった」と回答した人が65.3%と非常に多い。この数値で見ると、本事業開催についてのPRが成功しているとは言いがたい。

今後は事前に事業開催について広く認知することにより、いかに来街者に来街の動機付けをさせるかが、イベント参加と購買活動向上へのステップとなるだろう。

経営者からみた評価は、商店街の活性化という観点から本事業を見た場合、「良かった」「おおむね良かった」という肯定的な評価が45.3%となっている。次いで、「普通」という中立の回答が28.7%あることを考えると、経営者側から見て、この事業は概ね評価されていると考えられる。しかし、自店にとってどうであったかという評価になると「良かった」「おおむね良かった」という肯定的な評価が34.7%に減少した。

【アンケートの概要】

①調査方法

- ・小西さくら通り・東向商店街でのガラポン抽選会会場にて、来街者への聴き取り調査を実施（平成14年12月18日～21日）
- ・経営者へのアンケート…各商店街組合員店舗に調査票を配布、後日組合員により回収

②調査回収サンプル数

- ・来街者へのアンケート 378件
- ・経営者へのアンケート 150件
（配布数280 回収率53.6%）

【課題・反省点】

- (1) 花のイベントの開催時期を観光シーズンに合わせる。
(奈良らしい行事と連動、地元買い物客と観光客に商店街をアピール)
- (2) PRに力を入れる。(街中の事前ポスターや、市民だより等で大々的にPR)
- (3) 「ガラポン」の景品を顧客のニーズに合わせる。(アンケートも効果的)
- (4) 主なイベントにプラスアルファで集客力を強化する。(エコバックの買い物袋持参キャンペーンや、イベント会場でのスタンプラリーなど)

【関連URL】

奈良商工会議所 <http://www.nara-cci.or.jp>