

news

1

まんなか・ばんばざき商店会 プロデュース

輪島市まんなか商店街振興組合と馬場崎商店会では協同で、社会福祉との連携事業や障害のある方々と地域の人達とが一緒に交流するイベントを年間通じて実施しています。3月実施予定のイベントは下記のとおりです。是非皆様のご参加をお待ちしております。

Spring Concert

日時 3月28日(水)
入場料 無料
昼の部 午後1時30分~(予定)
会場 ふれあい健康センター
夜の部 午後7時~
会場 塩安漆器工房 舘庵 蔵

出演
塩安 真衣子
(サクソフォン)
元香 千香子
(ピアノ)

蔵 Live

立川談志一門の落語

日時 3月5日(月)
入場料 500円
昼の部 午後1時30分~
夜の部 午後7時~
会場 馬場崎交流サロン 語馬処にて

輪島市商店街連合会

news

2

山代楽歩館 オープン

中心市街地に建つ旧金融機関の建物・土地を、地域住民が主体となり取得した。内外装を改修しカフェや休憩所、トイレを備えた施設「山代楽歩館」に再生した。完成式典が11月17日(金)行われた。

【旧・信用金庫】

平成13年に経営破綻した、鉄筋二階建ての旧・加賀信用組合の支店は、その後長く管理売物件となっていた。老朽化した区民会館の代替施設として、第17区町内会、地元住民が資金の多くを出し合い、不足を補う程度で補助金を活用して購入し、整備を進めた。新たな地域の情報発信拠点として、事業展開に取り組んでいる。式典では、関係者と地域住民らが出席して再生を祝った。同日は商店街女性部「おたふくの会」が海鮮鍋と饅頭をふるまい、晩秋の加賀を訪れた観光客が、休憩所に多く立ち寄っていた。

【男生水を守る】

観光客のまち歩き、そして地元住民が憩う拠点づくりに、町内会を挙げて同館の整備を進めてきた。運動の発端は、地元で親しまれる湧き水「男生水」。湧き水に詞と地蔵が祀られ、敷地の隅にある。信仰の対象であり温泉の観光資源が、外資への転売により更地となってしまう危機が迫っていた。「信組の箱でなにをやるか」を熟考しテナント1店、フリースペースと自由に使えるトイレ、2Fも大きく空間をとり、区民会館の機能を持たせる「楽歩館」青写真を描き、改修工事を進めた。矢敷健次氏(矢敷金物店)が館長となり、地域ボランティアガイドを置き、道案内や周辺施設の質問に応える。個人化した旅行者客をゆったりとてなすうえで、団塊の世代から中高年齢層がもつ人脈と、高いコミュニケーション能力は、地域活動むきと言える。そうした人材の発掘に力を注ぐべく、案内人常駐の運営体制を模索している。



【金庫カフェ】

テナントに入居したバスタ&カフェ「カッサフォルテ/Cassaforte」。撤去が困難なため改装時に残してアクセントとした結果、信組時代の金庫が鎮座するユニークなカフェが誕生した。2人の料理人と、接客係1名を開店にあたり雇った。平日は880円休日は1,050円でバスタランチを出す。同店の一番人気、頑丈な扉のついた「金庫部屋」は意外と落ち着けるのかお客様に好評。「ある意味“安全”さがうけているのかも」とオーナーの土山さんは笑う。夜はカクテルを出すバーになり、深夜0時まで営業することで、夕食後に街に出る宿泊客や、地元の利用者を取り込み、顧客に多様な選択肢を提供している。地域周遊キャンパス乗降口の向かいであり、同バス乗降客にとっても雨風をしのいだり、休憩するうえで申し分ない立地。開店以来の客入りは好調である。



【今後のうごき】

温泉を散策する人が増え、住民も観光客も憩いの場として活用してほしい。館内の利用規約を整備して、地域に開かれた施設運営をめざす。今後はボランティアの案内人を常駐させ、県内初の「まちの駅」登録を目指す。商店街では11月に新潟県へ「まちの駅」先行事例を視察した。山代の地域事情をふまえて、今後の取組みの参考としていきたい考え。



山代温泉通り商店街振興組合

TOPIC 1 武蔵スタジオ通り(金沢) 「演出の街～デザインユアセルフ～」をめざして

皆さんはもう武蔵の「スタジオ通り」ご存知ですか？平成13年にモール化が完成した、めいてつM'ZA裏通りです。モール化前は歩道にすわり並んだ自転車がいっぱいのまさしく裏の通りでしたが、現在はお洒落な街灯にモニュメントなどを設置、自転車ももちろん1台も止まっていません。月に1度の清掃デーを設けて、きれいなスタジオ通りを保っています。

スタジオ通りのお客様は「本物志向」の商品やサービスをお求めになれる方が多く、毎年恒例となっているプレゼント企画もひと工夫凝らしています。

今年度の第一弾は、「スタジオ通りクリスマスフェスタ」として映画試写会へのご招待企画を開催しました。これは毎年好評を得ている企画で、今年もスタジオ通りらしさにこだわって映画と会場を決め、お客様の評判も良かったようです。

第二弾は新企画「スタジオ通りバレンタインロマンティックコンサート」。顧客の皆さんをお招きし、美味しいランチとギターアンサンブルコンサートで、ちょっとお洒落なこぢい時間をお過ごし頂けるよう構成しました。こちらも、楽しい時間が過ごせたお客様にご満足頂きうれしく思っています。

今後も、スタジオ通りらしい企画で、お客様とのコミュニケーションをはかりながら、根強いリピーターの確保と新顧客づくりへつなげていきたいと思えます。

お客様が自分に合った商品やサービスを自分の価値観で選択し「自分自身を素敵に演出できる」そうした街をめざし、クリーンで多くの方から愛される魅力的なスタジオ通りでありたいと思えます。

武蔵商店街振興組合 事務局 岡谷 美香



清掃デー



バレンタインロマンチックコンサート

TOPIC 2 食祭「珠洲まるかじり」開催 ～飯田町商店街～

2月25日(日)、飯田町商店街と春日通りを歩行者天国として「食祭「珠洲まるかじり」～能登の先っちょ、冬ごっつお～」が開催されました。

この食祭「珠洲まるかじり」は、例年開催されていましてイベント「産業まつり」及び「珠洲あいの風」(いずれも会場は飯田町商店街)について本年度見直しを図り、テーマとして「食」を強く打ち出し、食育、地産地消等も加え、交流人口の拡大を図り、また市民においても郷土の食の良さ、豊かさを再認識してもらえる場を創出することを目的としています。

このイベントには珠洲市と交流のある金沢市の木倉町商店街からも飲食店5店舗が出店し、バスタや蓮根まんじゅうなどを販売していただきました。

当日は、油揚げの精進煮など郷土の料理をバイキング形式で販売した「郷土料理バイキング」、地元酒蔵をはじめ県内外各地で活躍する珠洲市出身の能登社氏が造った新酒が味わえる「能登社氏新酒飲み比べ」、地元の料理人と金沢市・木倉町飲食店の料理が味わえる「海鮮料理食べ比べ」、だんご汁やかす汁などの3種類が味わえる「大鍋」などに人気が集まり、会場は多くの人で賑わいました。

そのほか、地元特産である大浜大豆や能登大納言小豆を使った商品も販売され、大浜大豆を使ったわらづと納豆は販売開始後すぐに完売し、能登大納言小豆を使用したどら焼やぜんざいなども売り切れるなど珠洲の特産品を市内外にアピールしました。

また、これまでのイベントでは商店街のなかにテントを張っていましたが、今回のイベントでは商店街のなかにはテントを張らず、商店街内の個々の商店を見てもらう試みを実施し、店頭でのワゴンセールや健康茶の試飲など各店それぞれの取り組みを実施しました。

飯田町商店街協同組合



平成18年度 第2回全国商店街青年部指導者研修会に参加して

去る2月14日、15日の2日間にわたって開催された全振連の研修会。うまく伝えられるか不安ですがその内容をお話したいと思います。

今回が2度目の参加となる私ですが、この研修会「気軽に」などという雰囲気ではありません。参加者はみなさん真剣な姿勢。「何か必ず得る帰る」といった空気が張り詰めています。この緊張感を味わうだけでも、「何か行動を起こさねば」と目を覚まされます。

前回と違うのは、世の中の景気。すべてが落ち込んでいた頃と違い、少しずつではありますが上向いてきている現在。「取り残されないように」という想いで皆さん講演に耳を傾けていました。それだけ、「今、何かをしなければ」と感じているようです。

当然、私も例外ではありません。何もしていないということは、すなわち「取り残される」と同じ意味です。この研修にもヒントはたくさんありました。最初の講演は東京、戸越銀座の亀井専務理事のお話です。

「自分が家で食べるときには近所の酒屋さんやケーキ屋さんを使うのに、いざ何処かにお土産を持っていくときには有名店で買ってしまおう」。この単純な疑問がスタートでした。

答えは明快です。「ならば、お土産に持っていけるような商品を商店街で開発しよう」。

吟味して「とごしぎんざ」ブランドの純米酒、サブレなどをオリジナル商品として開発しそれぞれのお店で販売を開始します。ただ、開発の途中で「お客様の声を聞く」ことは欠かせません。近所の人に試食してもらったりすることで地元の人たちにも「この商品の開発に携わった」という意識を持ってもらうことができるからです。

こうして開発した商品は現在では30品目。すべての商品に「健康志向」というコンセプトは貫いてあり、品目はさまざまでも1つのブランドとしての統一感演出されています。今では全国から注文が相次いでいるそうです。すべての商品に共通の「とごしぎんざ」のラベルを貼り、いつの間にか「戸越銀座」自体がブランドとして認知されるようになったそうです。

商店街の個性を追求することは、我々にとって課題のひとつですが、ここに1つの答えを見た気がします。

ただし、ここで気をつけなければならないことは、「地元のお客様の声を聞く」ことです。

商店街はもともと地元のために存在するはず。その人々を巻き込むことができこそ、他の地域に発信する力が備わるのだということです。

ここまで読まれた方は「そんな開発費、どこにもないよ」とおっしゃるかもしれませんが、この「とごしぎんざ」ブランド。スタートは青年部の予算としてあった20万円だけです。その後も年間50万円の開発助成を区から受けているに過ぎません。

「できることから、出来る範囲でかまわないからやる」。これが今の私たちに欠けていることなのかもしれません。

講演はこの後、お隣富山県を中心市街地活性化協議会の設立経緯や、2日目には都内のハッピーロード大山商店街の「全国ふる里ふれあいショップ」の取り組みなどが紹介されました。

全国、間違いなく行動を起こしている商店街は多くなっています。もう結果を出し始めているところも出てきています。

この全国レベルの研修会に参加して、いつものことながら「石川も負けていけない」と感じる私でした。



武蔵商店街振興組合 太田 有彦

この改正にあわせ、これまで実施してきた商店街競争力強化事業をH18年度で廃止しました。

1 事業内容

- (1) 趣 旨 商店街の組合等が実施するソフト事業に対して助成することにより、商店街の活性化を図る。
- (2) 対象団体 商店街振興組合、事業協同組合、商工会・会議所、任意団体等
- (3) 対象事業 (事業区分) ① イベント事業 ② 計画・策定事業 ③ 調査研究事業 ④ 空き店舗対策事業(内装費のみ)
- (4) 助成限度額 ① 160万円(イベント事業) ② 300万円(計画・策定事業) ③ 300万円(調査研究事業) ④ 80万円(空き店舗対策)
- (5) 助成率 基金5分の2、市町5分の2、自己負担5分の1
基金5分の1、市町5分の1、自己負担5分の3(空き店舗対策)
※昨年度までは 基金4分の3、自己負担4分の1
(今年度より、市町負担を導入していますので、申請にあたりましては、事前に管内市町の商業担当課にご相談下さい。)

2 採択基準

- (1) 商業を巡る環境変化により新たな対応を迫られている等事業実施の緊急性が高いこと。
 - (2) 事業実施及び助成期間終了後の事業継続が確実である等事業内容の熟度が高いこと。
 - (3) 集客力の増加が見込まれる等中小商業活性化の効果が高いこと。
 - (4) イベント事業においてはその内容が地域に密着したものであり、独自性が高いこと。
- 申請書は以下のアドレスからダウンロードしてお使い下さい。
<http://www.pref.ishikawa.jp/kinyuu/syougyougl/syougyou/jigyo/kasseikakikin/chosho.pdf>

商店街活性化調査事業

1 事業内容

- (1) 趣 旨 個店やグループが構想しているビジネスプランのマーケティング調査・試行を支援。
- (2) 対象団体 活性化モデル認定商店街及び商店街の賑わい創出を目的とする街路事業(都市ルネッサンス石川・都心軸整備事業及び街なか再生・目抜き通り整備事業)沿いの商店街
- (3) 対象事業 専門家に対する謝金・国内旅費、事業者の出張旅費、会議費、会場借料、印刷製本費、資料購入費、通信運搬費、広告宣伝費、消耗品費、借換料、雑務費、調査等の委託費(その事業の全てを委託するものを除く。)
- (4) 助成限度額 一事業当たり50万円
- (5) 助成率 3分の1以内(別途市町も1/3負担)

2 採択基準

- (1) 調査事業終了後の事業の実現性が高く、商店街の賑わい創出につながること。

商店街集客力アップ支援事業

1 事業内容

- (1) 趣 旨 不足業種の誘致、業態転換等の商店街活性化の核となる個店の改装費を支援。
- (2) 対象団体 活性化モデル認定商店街及び商店街の賑わい創出を目的とする街路事業(都市ルネッサンス石川・都心軸整備事業及び街なか再生・目抜き通り整備事業)沿いの商店街
- (3) 対象事業 個店の内装・外装工事費(但し、解体工事費、空調・トイレ設置費は対象外)
- (4) 助成限度額 一事業当たり150万円
- (5) 助成率 4分の1以内(別途市町も1/4負担)

2 採択基準

- (1) 後において繁盛店舗となり、当該商店街において集客のコア機能につながること。

上記2件の事業の詳細につきましては直接、お問い合わせ下さい。

問い合わせは

〒920-8580 金沢市鞍月1丁目1番地
 石川県商工労働部経営支援課商業活性化グループ TEL 076-225-1524 FAX 076-225-1523
 上記事業の詳細は下記からでもご覧になることが出来ます
<http://www.pref.ishikawa.jp/kinyuu/syougyougl/syougyou/meneu.html>

商店街経営セミナー報告から

個店の活性化なくしてまちの活性化はありません。繁盛しているお店のノウハウの視点からご自身のお店に目をむけ商店経営の強化に役立ててみてはいかがでしょうか。

平成18年11月15日(水)午後7時から「1Tビジネスプラザ武蔵」(金沢市武蔵町)で株式会社エフ・ピー・シー大阪オフィス取締役所長出口巴幸氏による「個店の経営戦略～繁盛店へのストーリー～」と題したセミナーがおこなわれました。非常に厳しい経営環境のなかでも、行列ができる店、すぐに売り切れる店、人気が続いている店、新しい試みが成功している店など、多くの繁盛している商店があります。なぜ、繁盛しているのか。従来の小売マーケティングミックスから店舗を個性化し新しい魅力を創り出す店舗個性ミックスが必要、との視点からセミナーを展開。示唆に富む豊富な内容が盛りだくさんの研修会でした。セミナーの内容はつぎのとおりです。



1 なぜ繁盛するのでしょうか

「なぜ売れるのか」という繁盛店の店づくり情報を分析し、自店に取り入れていくことが必要です。売れるには様々な理由がありますが、まず買う側(消費者)は、何に満足しているかを明らかにする必要があります。また、中小商店は、大量仕入、大量販売、低価格という大型店やチェーン店とは違い、大型店との同質的な競争は不可能です。中小商店の特性を活かした個性化による、大型店とは一味も二味も違った商店経営が必要です。

2 お客様は何に満足するのでしょうか。

社会の成熟化と情報化の進展、環境問題への対応などからメッキではない本来の顧客主導型の経営が一層求められます。

具体的な顧客満足のポイントは、①品揃え②品質・価格③従業員対応④チラシ・広告⑤雰囲気・施設。お客様の調査により満足状況を把握し、改善策を実践し、常に顧客満足度を高め、持続していくことが大切です。

3 お客様が満足する魅力ある店づくりはどのようにして創られるのでしょうか。

店舗コンセプトに基づきマーチャンダイジングを計画しサービスや販売促進等を計画

し、店舗施設を計画し効率的な店舗戦略を構築していくという小売マーケティングミックスによる商店経営を基本としながらも、ヒト、モノ、カネ等で経営資源が豊かな大型店と同じような経営手法では、中小商店は太刀打ちできません。こうした従来の小売マーケティングミックスから店舗を個性化し新しい魅力を創り出す店舗個性ミックスこそ必要です。このなかでソフト的なものとしては、接客サービスを強化した顧客満足による個性化、販促・イベントによる個性化、逸品・逸サービス個性化があります。ハード的なものとしては、店舗施設の工夫やデザイン等による個性化があげられる。こうした店舗の個性ミックスによるお店づくりがお客様に満足を与え繁盛する店を創ることになります。お店づくりの個性度は、①他店にはない逸品がある「自慢度」②効果的なイベントや販促を実施しているか「催事度」③従業員の接客は心がこもっているか「もてなし度」④理念に店らしさが視覚的に表現されているか「イメージ度」⑤店舗のデザインや設備機器などに問題がないか「店舗度」の5項目により評価できます。この個性度により繁盛している店や売れ筋情報などを分析し、商店経営の強化にあるいは活性化に活かす目当てとなります。それがすなわち繁盛ノウハウとなるわけです。

<一店逸品運動=品揃え>について

最初から新商品の開発といってもなかなかできるものではありません。まずそれぞれのお店自慢品を出していくところからスタートです。

・全く新しい商品やサービス開発は、最初から出してくれといってもなかなかできるものではありません。

・従来品、商品見直しによる発掘をとおした従来品の逸品(ロングセラー商品)、仕入れ努力などによる新規商品、お店自慢の商品を出していく。

(事例) 大阪市 「おはこ市」(おはこというブランドを活用した個店活性化策)

近隣3商店が集まって「駐輪場」をつくらうという話からはじまり、せっかく集まったのだからためになるものをやろう、としてはじめられた。毎月18日を含めた3日間開催される。お店自慢品を1個ずつ提供してもらい物販しサービスする。商店街は、一つの「舞台」と見立て、人は「演じ役」としてその特技を出し合う。どこよりも安い、味にかけてはだれにも負けない、特産地ものを集める、など3、4年前から継続実施、それが個店の強化にもつながっている。

4 繁盛店にはどのような特質がそなわっているのでしょうか。

- ①個性度マーケティングが大型店との差異を明確にし中小商店の活性化（生き残り）の戦略となる。
 - ・何故に繁盛しているのか。→お客様に満足を提供しているから。
 - ・満足する理由は何か。→魅力ある店づくりをしているから。その魅力は店づくりの個性度によるものです。
 - ・店づくりの個性度とは
 - 逸品や逸サービスを提供する「自慢度」
 - 販促やイベントを上手に使っているかの「催事度」
 - 接客やサービスなどの「もてなし度」
 - 自店の主張が分かり易く表現されているかの「イメージ度」
 - 店舗施設がいつも良くメンテナンスされているかの「店舗度」
- ②個性度からみた繁盛ノウハウの視点
 - ・B級立地でも個性度を高めればがんばることができる。
 - ・オンラインの商品やサービスをもつことが強みを発揮できる。
 - ・商品も店舗も知ってもらう努力を。
 - HPの開設、広告宣伝だけではなく商品受注にも活用。ブログなどによる詳細な情報提供。

- 地域の住民や観光客にも店舗や取扱商品を知ってもらうためのミニイベントを数多く実施する。
- ・信頼と安心の交流がある地域に密着したおもてなし
コミュニティコーナー これからの高齢化社会にとまない共通の趣味等をもった人々のカルチャーコミュニケーションの場として活用することが求められる。
- ・自店の主張は分かりやすいイメージで「SI」はその「お店らしさ」をどうお客様へ伝えていくかという重要な課題である。商品はもちろんのことそのパッケージやロゴ・マーク、店舗デザイン、接客などお客様とのすべての接点でイメージの統一を図っている。
- ・お店は街の顔をつくり、商店街の顔をつくる。
- 再生した街の顔にふさわしい店舗が周辺に波及し集まってくる。



商店街活性化セミナー報告から

フルセット型(大型店)でない商店街には限界がある。異なる資源と手を組んで自身の資源の質量の限界を超える処方箋として活用してみたいかがでしょう。

平成18年9月14日(木)午後6時から七尾商工会議所で株式会社日本総合研究所研究事業本部久ヶ崎主任研究員による「地域連携による街づくり」と題したセミナーがおこなわれました。商店街が「買い物場」を超えたより豊かな地域社会を形成し活性化するため地域の多様な主体と連携することの意義を研修し、さらに挑戦する過程で多様な地域資源とのネットワークという大きな財産を手に入れることもできるというものでした。セミナーの内容はつぎのとおりです。



商店街で多様な活動！商店街の活性化に大きな貢献！

1 菊名西口商店街

- NPO法人びーのびーの
 - 「ひろば型」子育て支援。「おやこの広場びーのびーの」の運営を中心に「地域で共に育ち合う…環境づくり」を目指し活動。
 - ・子育てに関する講演会・講座、イベント、親子コンサート・観劇講演など
 - ・一時保育とグループ保育
 - ・港北区地域子育て支援拠点「どろっぶ」
 - ・子育て関連情報誌制作・販売
 - 幼稚園・保育園ガイドの編集・出版・販売、ウェブサイト・港北区子育て応援マップ(ココマップ)の運営(港北区社会福祉協議会の委託事業)、木のおもちゃ絵本の委託・注文・販売
 - ・小学生土曜講座
 - もの作り体験(味噌作り体験)、地域文化とのふれあい(おはやし体験)
 - ・横浜地域子ども教室コミュニティクラブ(YCCの運営)
 - 3歳から就学前の子どもを対象とした催しの実施。
 - ・子育て関連団体・機関とのネットワークづくりと連携
 - つどいの広場全国協議会、神奈川子ども未来ファンド、かながわ子育てネットワーク、よこはま1万人子育てフォーラム、心のバリアフリー大倉山市民の会、らくらくネットワーク、ニッポン・アクティブライフ・クラブ横浜
 - ・地域の企業や商店街との連携
 - フリーマーケット、秋まつり、盆踊り大会、菊名西口商店街振興組合理事
- <びーのびーのの効果>
 - ・若い母親と子どもたちが商店街に戻ってきた。
 - ・全国から多くの視察者
 - ・商店街のイベントにびーのびーのも参加。子どもを遊ばせるイベントなららせて(びーのびーのは、活動資金を稼ぐ)
 - ・NPO代表が商店街の理事(販売促進担当)に

3 青森市新町商店街

- NPO青森リフトカーサービス・移送サービス
- 青森子育て支援
 - ・グループ「モモ」
 - つぼみの会、お茶会、新町商店街イベントの企画・運営(七夕、親子ふれあいコンサート、手作りおもちゃと子育てなど)
 - ・子育てとなり組プロジェクトとなり組通信
 - ・青森市つどいの広場「サンボボ」
 - 0歳児のお母さんへ(親子ストレッチ、お母さんのためのリラクゼーションなど)
 - ・ハレの日プロジェクト
- NPO法人ピアネット「北」
 - ・自立生活センター pingあおもり
 - ピアカウンセリング、自立生活プログラムを用いた重度障害者の地域生活支援
 - ・身体障害者小規模作業所 スタジオとまと
 - パソコンを使った従来の内職的な作業所のイメージとは違う創造的な仕事をしています。
- NPO法人 あおもり24
 - ・利用する方が主役のホームヘルプサービスを提供。
- NPO SANNET青森
 - ・精神障害者の地域生活や社会活動を支援する新しいサービスを作るために商店街の中にオープンスペースを開放し、地域生活支援活動拠点として精神障害者と一緒に活動。(会費年間1万円)
- 新鮮組
 - ・中心市街地や文化ゾーンの街路樹や未活用の土地での花植えと管理
 - ・公園の花壇の花植えと管理
 - ・花壇づくりに必要な資材の提供
 - ・花壇づくりの講師派遣
 - ・活動団体の看板設置など
 - ・パートナーシップ花いっぱい事業支援 青森工育成協議会など42団体
- 新町ふれあい広場
 - 40以上のNPO、ボランティア団体、行政等による一大イベントの実施
- <青森市新町商店街とは>
 - ・ビジョンを策定している商店街
 - 「人と緑にやさしいまちづくり」というコンセプトのもと「福祉対応型商店街」の理念実施
 - ・商店街は商業者だけでは生き残れない。
 - ・商店街は訪れる全ての人のものであり、半公共的な福祉空間である。
 - ・「地域のための視点」を持ち、地域と連携していく。

2 立川市エルロード商店街

- NPO法人高齢社会の食と職を考えるチャンブルーの会
 - 空き店舗を活用し、地域に居住する団塊の世帯である3人が1999年にお年寄りにも入りやすい「レストラン・サラ」(レストラン、お弁当の配食サービス)をオープン。この3人は調理師、有機野菜販売店経営、イラスト・編集を職業としており、材料、調理、宣伝ができるとして立ち上げた。団地住民の高齢化(高齢化率18%)に危機感を抱き第1号拠点のレストランを商店街通り沿いに開設。食の提供のほかギャラリートークやイベントなど地域での活動の幅を広げていった。NPO活動を拡充するため空き店舗を活用した商店会とNPOの共同プロジェクトとして、フリースペース「ひろばサラ」をオープン。当初は地域住民の交流の場として、「おしゃべり会」や住民の自主企画による教室、商店主を講師とした講座等実施。さらに1階で介護保険事務所「デイサービスサラ」スタート。
- <レストランサラ>
 - ・食材：農家から直接仕入れた地場野菜を使用
 - ・高齢者にあわせカロリー計算ができるなど栄養のバランスを考えたおいしい家庭料理を提供
 - ・レストラン10~15人/日、配食40~50食/日
- <ひろばサラ>
 - ・立川市の空き店舗対策事業
 - ・住み慣れた私たちの地域にあるため身近でアットホームな雰囲気
- <デイサービスサラ>
 - ・小規模であるため1人に1人のヘルパーがついて世話。保険対象外の高齢者のためのミニデイサービスも始めている。(週1)
- <サラはなぜ商店街にきたのか>
 - ・商店街がコミュニティの場であることを強く意識。
 - 震災後の神戸で瓦礫の商店街を歩いていて生まれ育った商店街がなくなって初めてそこが商売だけの場ではなかった。商店街で売り買いされるものには地域情報がかついていた。
 - ・NPOが活動しやすい商店街
 - お店が繁盛するためには商店街や地域が元気でなければと考えるキーパーソンがいる。

4 なぜ、地域と連携する必要があるのでしょうか？

- NPOが地域の扉を開けてくれた。商店街とは一体何なのかを今一度考え直してみる好機です。
- ・いつのまにか、お客さんが何を考え、何を望んでいるのかわからなくなっているのではないのでしょうか。
- NPOは新しい地域のコミュニティへの強力な案内役です。
- ・フルセット型(大型店)でない商店街には限界がある。異なる資源と手を組んで自身の資源の質(自ら、ひと・もの・情報のネットワーク・資金を提供、負担はわずか)の限界を超えましょう。
- ・商店街は単なる店舗の集積場所から多様な世代の人々をひきつけ、親近感をもてる公共空間へ再構築しましょう。
- ・NPO等地域の多様な主体との連携によるまちづくりの輪は、多様な人々が気軽に立ち寄れる場となり、感動や共感を生むイベント実施が可能となります。

おわび

shoten街ニュースNo.75(2006年12月20日発行)の「平成18年度全国商店街女性部セミナーに参加して」に掲載しました講師田中章雄氏の写真に誤りがございましたのでおわび申し上げます。