

田原町商店街振興組合 元気再生計画

作成主体:田原町商店街振興組合

計画期間:平成23年3月～平成26年2月

1. 商店街の概況

- 地理的特長

福井市中心部から北へ約1.5Kmに位置し、幹線道路(フェニックス通り)と平行に走る市道に沿って延びた商店街である。

- 歴史的特長

商店街は藤島高校の前身の旧制福井中学(現藤島高校)が昭和11年に市の中心部から現在地に移転し、市道の両脇に店が並び始めたのをきっかけに発展した。昭和26年に田原町繁栄会が結成され、昭和39年に振興組合となり、現在に至っている。

2. 計画区域

別紙の通り

3. 商店街の現状と課題

- 近隣の状況

田原町商店街は福井市の中心部から車で北へ10分ほどの位置にある全長600mの線上の商店街である。

近くには、田原町駅があり、えちぜん鉄道、福井鉄道が乗入れており公共交通機関の結節点となっている。また、商店街には、京福バス、コミュニティバスすまいるが通っており、公共交通の便が良い環境にある。

周辺には福井大学、藤島高校、明道中学校、春山小学校などの学校や、フェニックスプラザ、市立図書館、県立美術館といった文化度の高い公共施設があり、福井市の文教地区としての性格を帯びた街になっている。

- 来街者数・来街者の特徴

来街者数は、地域住民の高齢化によりここ数年大幅に減少している。また、島田橋の架け替え工事、水道工事、舗装工事などが断続的に行われ、これに伴い通行量が減少したことも要因の一つになっていると考えられる。

来街者の特徴としては、朝および夕方の通学時間には、田原町駅を利用する大学生、高校生、周辺の学校に通う小、中学生が特に多い。一方、日中は、地域の高齢者が多い。実際に商店街で買物をする多くは、周辺約1km内の地域住民となっており、地域密着型の商店街となっている。

● 商店街の売上の状況

業種によって状況は異なるが、商店街全体としては、売上が減少傾向にある店が多く、特に、平成 11 年以降は厳しい状況が続いている。

【田原町商店街の年間販売額の推移】

| | 年間販売額(百万円) | 備 考 |
|---------|------------|-----|
| 平成 6 年 | 2,641 | |
| 平成 9 年 | 3,376 | |
| 平成 11 年 | 1,809 | |
| 平成 14 年 | 1,286 | |
| 平成 16 年 | 995 | |
| 平成 19 年 | 774 | |

〔商業統計調査〕

● 店舗(数、種類、位置)の状況

平成 22 年 12 月 1 日現在、組合員数は 32 名。設立当時(昭和 39 年)には 61 名で構成されていたが、平成 11 年頃には約 40 名となり、現在では設立時の約半分の 30 名まで減少してしまい、商店街は衰退の一途をたどっている。

業種でみると、食料品店、飲食店がそれぞれ 7 店舗ずつあり、この二業種で全体の約半分をしめている。

数年前に、島田橋拡幅工事のため、小売業(薬局、パン屋)が立ち退きのため移転・閉店してしまい、店舗数が大幅に減少した。

なお、昨年の 12 月に若者向けの雑貨店「Anfang」が開店し、商店街のイメージアップ、集客力アップに貢献している。

【業種内訳】

| 業種 | 店舗数 | 特に集客力の高い店舗 |
|-------------|-----|----------------------|
| 小売(食料品) | 7 | くりなみ、ベーカリーマルキ |
| 小売(生活雑貨) | 3 | ホリタ書店、Anfang、サイト化粧品 |
| 小売(洋品) | 3 | アルフィー、レディースたかしま、ブンブン |
| サービス業(飲食) | 7 | ひのと |
| サービス業(理美容) | 3 | 中西理美容院、ひまわり、カプセル |
| サービス業(その他) | 3 | カーブス、フォルスパソコン教室 |
| 事業所(銀行、郵便局) | 2 | 福井銀行、田原町郵便局 |
| 事業所(その他) | 2 | |
| 合 計 | 30 | |

〔H22 田原町商店街組合員調査〕

- 空き店舗、空き地、空き家の状況

廃業した店舗は、住宅や駐車場になっていて、現在、商店街内には空き店舗、空き家はない。また、空き地については2区画のみである。

| 種別 | 件数 | 備考 |
|------|----|----|
| 空き店舗 | 0 | |
| 空き地 | 2 | |
| 空き家 | 0 | |
| 計 | 2 | |

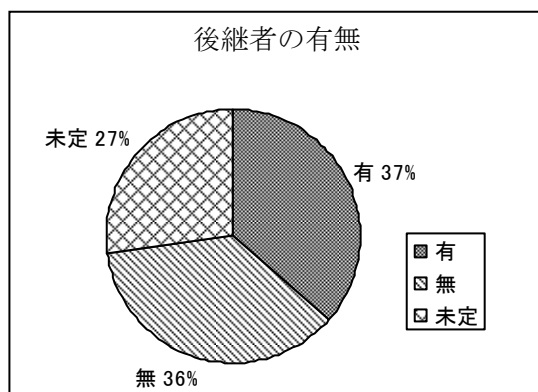
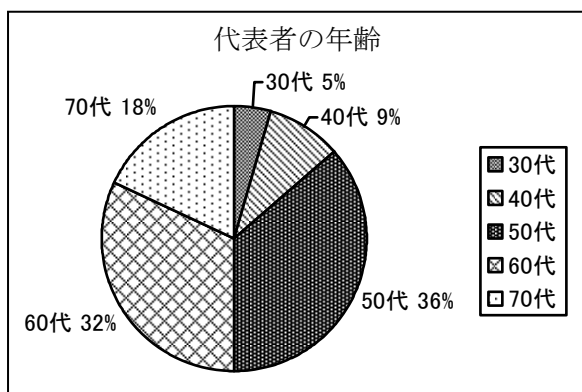
[H22 田原町商店街組合員調査]

- 代表者の年齢・後継者の状況

平成22年11月に実施した組合員に対するアンケート調査によると、各店舗の代表者の5割が60歳以上であり、30代、40代の若手代表者は、僅か14%になっている。

また、後継者については、3分の2が「無」または「未定」と回答しており、自分の代で店を閉めるつもりで経営者が少なくないことがうかがえ、後継者不足が大きな課題となっている。

【田原町商店街の代表者の年齢・後継者の有無】



[H22 田原町商店街組合員調査]

- 商店街等(商店街、行政、NPO、地域住民等)のこれまでの取り組み状況

商店街は、これまで様々な活性化事業に取り組んでいる。「夏まつり」、「家族村まつり」は長年継続している事業であり、知名度も高い。また、大学生と連携を始めた平成15年からは、数多くのイベントを開催している。継続しているものもあれば一過性のイベントもある。

【田原町商店街が実施している主な事業】

○集客イベント事業

- ・「夏まつり」

商店街のにぎわいを創出することを目的に毎年8月第一日曜日に開催しており、昨年（平成 22 年）で 37 回目の開催となった。各店ではワゴンセールを行うほか、夜店が並ぶなど、多くの来街者でにぎわっている。

- ・「家族村まつり」

お客様との交流を図ること、消費者へ還元することを目的に毎年 11 月 3 日に開催しており、昨年で 27 回目の開催となった。例年朝市や抽選会を実施しているが、昨年は特別企画として、B 級グルメ田原町大会を同時開催したことにより、例年より多くの来場者があった。

- ・「カーフリーデーふくい in 田原町」

毎年、ふくい路面電車とまちづくりの会が福井駅前で開催しているイベントを、平成 22 年には、田原町デザイン会議や各公共交通機関などが共催し、「クルマをにおいて田原町で遊ぼう！」をテーマに 9 月 23 日に田原町商店街周辺で開催した。当日は悪天候により、予定のイベントの中止もあったが、田原町が交通の結節点であることを知ってもらう良い機会となった。

○販促事業

- ・「家族村スタンプ事業」

顧客の定着および売上アップを図ることを目的に、商店街の各店舗で買物をしてもらおうと買物額500円ごとに「家族村スタンプ」を発行している。毎年 6 月第 3 日曜には、スタンプを集めた方を対象にした、日帰り旅行を行っている。周辺地域の高齢者を中心に、毎年、募集と同時に応募が多数あり、直ぐに定員がいっぱいになるほど人気がある。

- ・「中元大売出し」

毎年 7 月 1 日から 31 日まで、商店街参加店において買物をしてもらおうと買物額 500 円ごとに、「夏まつり」に使用できる「夏祭り券」1枚(10 円分)を進呈している。

- ・「歳末大売出し」

毎年 12 月 1 日から 31 日まで、商店街内参加店にて、買物 500 円ごとに 1 枚抽選券を進呈し、1 月に抽選会を実施している。

- ・ 県立美術館とのジョイント企画

平成 22 年 7 月 24 日～8 月 22 日、福井県立美術館で開催された「愛のヴィクトリアンジュエリー展」の入場券半券を商店街参加店で提示すると、割引きなどのサービスを受けることができる企画を実施した。展示会パンフレットの中に商店街のチラシを入れてもらい、各商店のPRと顧客の獲得を図った。

○交流事業

- ・「たわら屋」の運営

平成 16 年から商店街内の空き店舗(元荒川薬局)を商店街が借り上げ、福井大学の学

生の協力を仰ぎ、地域のコミュニティスペースとして開放している。現在は、元ツボタ電器に場所を移し、地域の子供やお年寄りが気軽に立ち寄ってもらっている。

交流拠点として、パソコン学習、絵画展示、イベント情報発信、物品販売棚「フリーボックス」の設置など、商店街振興の拠点施設となっている。また、周辺住民による定期的な食事会や、老人会や町内会などの会合にも数多く利用されている。

- ・「クリスマスイルミネーション」

田原町デザイン会議が主催しているイベントで、平成16年から毎年12月中旬に商店街通りをろうそくで飾り、福井大学横の雑木林にて、サンタクロースやゴスペルワイヤーによるクリスマスソングなどのイベントを行っている。昨年、一昨年は、悪天候により、たわら屋にて開催している。

- ・新酒「たわら屋」お披露目会&おつまみコンテスト

平成17年に、田原町オリジナル純米吟醸酒を福井大学学生、田原町商店街、蔵元とともに共同開発を行った。それ以降、毎年、新酒のできる6月にお披露目会を開催し、これに合わせて商店街内にある飲食店の参加による、「たわら屋」にあうおつまみコンテストを実施している。コンテストで入賞したおつまみは学生がポスターを作成し、各店舗に貼り出すなど、各店の一押しメニューの一つに位置づけている。

【学生が主体となって実施している事業】

- ・「福井大学祭もちつき」【平成16年～】

5月に行われる福井大学祭において、田原町商店街PRを目的にもちつきを行い、おろしもちを来場者に振舞っている。その際、商店街内の店舗のチラシの配布を行い、PRを行っている。

- ・「ハロウィン仮装パレード」【平成17年～】

「家族村まつり」の日に、子どもたちが仮装し、パレードを行っており、大学生自らも仮装して祭りを盛り上げている。各テント市をまわり、仮装した子どもたちにお菓子を配る。地域住民、特に若い世代の父兄や子どもたちに「たわら屋」や商店街の楽しさを知ってもらうことができている。

- ・「レストランたわら」【平成18年～21年】

商店街を1軒のレストランと見立て、各飲食店の一押しのメニューを食べ歩いてもらうイベントを開催し、飲食店の新規顧客の取り込みを図った。

- ・「Tawaramachi Art Gallery」【平成17年～18年】

商店街の店舗や道路などに若手アーティストなどの作品を展示するとともに、田原町をコンセプトとしたTシャツの販売を行った。また、商店街内にある銭湯「桃の湯」のタイル壁画を学生がデザイン・描画するなど、集客を図った。

- ・「たわらまち講座」【平成22年】

商店街の各店主が今まで培ってきたノウハウや特技を教える教室を開催することにより、各商店のPRと顧客の獲得を図った。

● これまでの取り組みの効果と問題点

「夏まつり」および「家族村まつり」は知名度も高く、近隣住民以外からの来場も多く、大変にぎわっている。また、学生が主体となった取組みはマスコミに大きく取り上げられ商店街の知名度のアップに繋がっている。

しかしながら、イベント時に商店街に訪れた人に商店街各店の顧客となってもらえず、個店への売上アップや知名度アップにはつながっていない現状にある。

また、「夏まつり」などの集客イベント事業や販売促進事業は、永年続いて実施できているが、「たわらまち講座」など、各店舗の魅力を上げ、アピールする事業については、実施してきた事業も少なく、継続できていない。これは、商店街としての店づくりに、店の集客力向上に対する意識が低かったと考える。

● 商店街の「強み」、「弱み」

田原町商店街の「強み」としては、以下のものが挙げられる。

- ・ イベント力。組合員アンケートでの回答で最も多く「強み」として挙げられた。「夏まつり」および「家族村まつり」は長年継続して実施しており、知名度も高い。また、ジャズライブやフラダンスショーなどの地域密着の小さなイベントも数多く実施している。
- ・ 組合員の団結力が強い。イベントを企画・運営できるのも組合員の協力意識が強く、その体制ができています。
- ・ 福井大学との連携。「たわら屋」を利用して、学生、商店街、地域住民との交流ができています。また、学生が積極的に商店街イベントに参加、協力してくれ、学生独自のイベントも企画、運営している。
- ・ 交通の結節点となっている。えちぜん鉄道、福井鉄道、京福バス、コミュニティバスが走り、たいへん交通の便が良く、住みやすい地域に位置し、来街しやすい商店街である。
- ・ 周辺に学校、文教施設(フェニックスプラザ、福井県立博物館、福井市立図書館、福井市体育館)が多く、学生や文教施設利用者が多く訪れている。
- ・ スタンプ事業を行うことにより、周辺住民を中心に顧客の確保につながっている。
- ・ 底喰川改修工事に伴い、周辺環境が整備される(平成 23 年 3 月完成予定)。イベント広場にもなる雰囲気の良い河川公園ができ、イベントの企画が広がり、今後の集客にも期待できる。

一方、「弱み」として、以下のものが挙げられる。

- ・ 店舗数が少ない。特に若者向けの店舗が少ない。また、店構えや品揃え(メニュー)などが長い間更新されていないところが多いため、個店のイメージがマンネリ化していて、アピール力が不足している。
- ・ 道路の整備が必要。道幅が狭く、歩道がないにもかかわらず車の通りが激しいため、大変危険である。「強み」で挙げたとおり、学生の通行量が多いため、夕方は特に危険な状況にある。
- ・ 最近、周辺の住宅が空き家になるケースが多くなってきているなど、顧客の中心である周辺地域の高齢化が進み、人口が減少しているため、新たな顧客づくりが急務となっ

ている。

- ・ イベントが個店の売上に結び付いていない。イベントを数多く実施しているため商店街自体の知名度はあるが、イベント開催が多い日曜・祝日には定休日の店が多いため、個店のPR、売上に繋がっていない。

商店街が目指す目標

● コンセプト

『小洒落た商店街へ、そして住みたくなる街に』

学校をはじめとする文教施設が数多く集積している地域にふさわしく、小洒落た雰囲気をつくりだす。また、地域で活動する学生と連携を図るなど、商店街の持つ個性・強みを活かし、地域の人や公共交通機関等を利用して訪れる人が楽しんで買い物や散策などをしてもらえる商店街を実現する。そして、商店街に訪れた人が住んでみたいと思うような街を目指す。

● 目標

①【小洒落た空間づくりによる回遊性の向上】

オープンカフェの開催、商店街に少ない若者向けの店舗の誘致などにより、商店街を楽しんで散策してもらえるような小洒落た雰囲気をつくり出す。

②【個店の魅力アップによる集客力向上】

各店の一押しの商品の開発、店主の専門性の高い知識・技術の積極的なアピール、各店舗のファサード・ディスプレイ等の改善により各店のレベル・魅力のアップを図り、商店街の集客力を高める。

4. 成果目標と数値目標

● 成果指標およびその設定理由

- (1)【小洒落た空間づくりによる回遊性の向上】の成果指標を、来街者へのアンケートにおける「商店街の雰囲気に対する評価」とする。

〔設定理由〕

- ・ 「回遊性の向上」を測る指標としては、「来街者の商店街の雰囲気に対する評価」がわかりやすいため。

- (2)【個店の魅力アップによる集客力向上】の成果指標を、「各店の売上・来客数」とする。

〔設定理由〕

- ・ 「集客力」が向上した場合は、「各店の売上・来客数」が増えることが期待できるため。

● 数値目標および効果測定(成果指標の測定)の方法

- ・ 成果指標:「来街者の商店街の雰囲気に対する評価」

〔数値目標〕

商店街が「小洒落た雰囲気になった」と評価される割合を50%超とすることを目標

す。

〔測定方法〕

オープンカフェや集客イベント開催時に、来街者に対してアンケートを実施する。

・成果指標:「各店の売上・来客数」

〔数値目標〕

今後3年間において商店街の「各店の売上・来客数」について、平成22年度比平均5%増を目指す。

〔測定方法〕

毎年3月に各店に売上・来客数についてのアンケートを実施する。

5. 目的実現のための実施事業

| | |
|--------------------|--|
| 事業番号 | 1 |
| 事業名 | オープンカフェ開催事業 |
| 事業内容 | 底喰川の改修によって整備される公園において、4月から10月の第三土曜日にオープンカフェを開催し、商店街で楽しんで過ごしてもらえる場所と時間を提供する。 なお、平成23年4月から5月に県立美術館で開催される特別展と連携し、期間中、商店街内に若手芸術家の絵を掲示するとともに、オープンカフェを毎週開催し、県立美術館への来館者の来街を図る。 |
| 実施時期 | 平成23年4月～ |
| 実施主体 | 田原町商店街 |
| 目標達成のための位置付けおよび必要性 | 商店街の小洒落た雰囲気づくりと、商店街内で休憩できる場所を設けることは、商店街の回遊性を高めるために必要な事業である。 |
| 事業費(千円) | 600千円 |
| 活用する支援措置 | 商店街魅力向上支援事業(県) |
| 商店街の負担額(千円) | 300千円 |
| 備考 | |

| | |
|------|---|
| 事業番号 | 2 |
| 事業名 | チャレンジショップ開設事業 |
| 事業内容 | 商店街自らが空き店舗を借り受けて、出店者に低価格で貸し出し、ファストフード、ソフトクリーム、クレープなどの商店街には少ない学生など若者向けの店舗の出店を促す。 |
| 実施時期 | 平成24年4月～ |

| | |
|--------------------|---|
| 実施主体 | 田原町商店街 |
| 目標達成のための位置付けおよび必要性 | 商店街に少ない若者をターゲットとした店舗の出店を促進することは、新たな層の顧客を獲得し、「集客力の向上」、「回遊性の向上」を実現するために必要である。 |
| 事業費(千円) | 1,600千円 |
| 活用する支援措置 | 商店街等地域密着型サービスづくり支援事業(市) |
| 商店街の負担額(千円) | 1,400千円 |
| 備考 | |

| | |
|--------------------|--|
| 事業番号 | 3 |
| 事業名 | 一店逸品創造事業 |
| 事業内容 | 各店それぞれが一押し逸品を開発し、店の商品力の向上を図ることにより各店の魅力および集客力を高める。なお、逸品の開発に当たっては、各店主がお互いにアドバイスをし合うことにより、商品の完成度を高めていく。 |
| 実施時期 | 平成23年4月～ |
| 実施主体 | 田原町商店街 |
| 目標達成のための位置付けおよび必要性 | 各店の魅力を高めることは、商店街の「集客力の向上」を実現するために必要不可欠な事業である。 |
| 事業費(千円) | 160千円 |
| 活用する支援措置 | 商店街魅力向上支援事業(県) |
| 商店街の負担額(千円) | 40千円 |
| 備考 | |

| | |
|------|--|
| 事業番号 | 4 |
| 事業名 | たわらまち講座開催事業 |
| 事業内容 | 商店街の各店主が持っている専門性の高い知識や技術を消費者に紹介する講座を開催することにより、店の商品や店主の魅力をアピールし、新たな顧客の獲得を目指す。 |
| 実施時期 | 平成24年1月～ |
| 実施主体 | 田原町商店街 |

| | |
|--------------------|---|
| 目標達成のための位置付けおよび必要性 | 各店の商品や店主の魅力を消費者に知ってもらい、新たな顧客の獲得つなげることは、「集客力の向上」を実現するために必要である。 |
| 事業費(千円) | 200千円 |
| 活用する支援措置 | 商店街魅力向上支援事業(県) |
| 商店街の負担額(千円) | 50千円 |
| 備 考 | |

| | |
|--------------------|---|
| 事業番号 | 5 |
| 事業名 | 店舗改修プラン提案事業 |
| 事業内容 | たわら屋で活動する福井大学生が、その店で提供している商品や店主からの聞き取りをもとにして、店舗の外装・内装の改修プランを作成する。 作成した改修プランについては、店舗の改修のきっかけとしてもらえるよう、各店主に提案する。 |
| 実施時期 | 平成23年4月～ |
| 実施主体 | 福井大学 学生 |
| 目標達成のための位置付けおよび必要性 | 店舗の外装・内装の改修を進めることは、商店街の集客力向上、回遊性の向上に寄与する事業である。 |
| 事業費(千円) | 0千円 |
| 活用する支援措置 | (一) |
| 商店街の負担額(千円) | 0千円 |
| 備 考 | |

| | |
|--------------|--|
| 事業番号 | 6 |
| 事業名 | 空き店舗対策 |
| 事業内容 | 将来、空き店舗が発生した場合に、店舗として継続できるように若者をターゲットにした店舗などの出店促進を図る。 |
| 実施時期 | 平成23年4月～ |
| 実施主体 | 田原町商店街 |
| 目標達成のための位置付け | 空き店舗の解消を図るとともに、商店街の店舗の数を維持することにより商店街の魅力向上を図ることは「集客力の向上」および「回遊性 |

| | |
|--------------------|---|
| および必要性 | の向上」を実現させるために必要である。 |
| 事業費(千円) | (一) |
| 活用する支援措置 | 中心市街地等空き店舗活用支援事業(県) |
| 商店街の負担額(千円) | (出店者負担) |
| 誘導希望業種 | 若者を対象とした小売店、飲食店、日用雑貨小売店など |
| 空き店舗を解消する上での地権者の協力 | 空き店舗の地権者には、礼金・賃料等について一定の減額をしてもらうなどの調整、開業後の出店者への経営支援などを行う。 |
| 備 考 | |

| | |
|--------------------|--|
| 事業番号 | 7 |
| 事業名 | 商店街人材育成事業 |
| 事業内容 | 県商店街振興組合連合会が実施するリーダ養成研修に商店街の若手商業者が参加し、商店街のリーダー育成を図る。 |
| 実施時期 | 平成23年度～ |
| 実施主体 | 田原町商店街 |
| 目標達成のための位置付けおよび必要性 | 継続した商店街活性化のための取組みを進めていくためには、将来商店街の中心的存在となる若手リーダーが不可欠であることから、若手商業者をリーダーとして育成することは必要である。 |
| 事業費(千円) | (一) |
| 活用する支援措置 | — |
| 商店街の負担額(千円) | 30千円 |
| 備 考 | |

※ 「事業費」、「予定する支援措置」、「商店街の負担額」について、現時点で予定しているものである。

計画作成委員会の委員名簿

委員長 野尻 章博 (野尻産業)
委員 栗波 健一郎 (栗波商店)
猪瀬 隆則 (いのせ酒店)
森岡 嘉彦 (アルフィー)
栗波 博行 (栗波商店)
片岡 なおみ (田原町商店街振興組合)
田中 順己 (福井大学MI)

計画作成委員会の開催状況

- 第1回 2月16日(水) 19:30～21:00 田原町商店街振興組合事務局
元気再生計画に基づく取組みについて
- 第2回 3月2日(水) 19:30～21:00 田原町商店街振興組合事務局
取組みの内容について
- 第3回 3月9日(水) 19:30～21:00 田原町商店街振興組合事務局
取組みの内容について