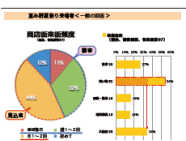
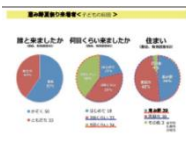
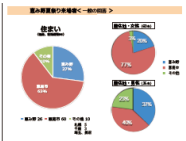


まちづくり支援事業（街の中心地区活性化研究会） 報告書

名 称 等	平成25年度 恵み野商店街活性化業務 第6回 恵み野商店街 意見交換会
日 時	平成25年11月20日（水）19：00～21：00
場 所	恵庭リサーチビジネスパーク
参 加 者 数	■恵み野商店会 13名 ■恵庭市 3名 ■北まち（街の中心研） 9名 ■北海学園大学 2名、
主 な 内 容	本日の北まちの進行は森、話題提供は坂本が行う。 ※進）：司会進行、話）：話題提供、商）：商店街出席者の発言、北）：北まち出席者の発言。 ※使用した PowerPoint 資料の詳細については別途提出 ◆商店街のイベント企画について 北まち） 前回の記憶がまだ新しいと思うが、今回はイベントに関して意見交換を行う。夏のイベントの事後検証をしながら皆さんには前回お願いをした今後の考え方や工夫などについて意見を聞かせてほしい。 ◆恵み野商店街のイベントについて 進） 今年行われたイベントの実施状況を報告しながら調査から読み取れた結果を今後どのように活用していくかという話をしていきたい。 前回の意見交換会の中でお願いをした、「これからやってみたい試みや提案」などを今日の意見交換ではブレインストーミング形式でどんどん発言してほしい。 *ブレインストーミングとは～ 1つのテーマに対し、お互いに意見を出し合う事で沢山のアイデアを生産し問題の解決に結び付ける創造性開発技法   *参考資料1「商店街のイベント企画」を提示 進） 夏に行われたイベント時の通行量調査、意識調査の結果に基づき皆さんと考えていきたい。 ■恵み野商店街のイベント開催について 恵み野商店街で行われるイベントを年間スケジュールで表すと7月の夏祭り、12月の歳末セール、1月の冬祭り、2月にはキャンドルナイト、フォトコンテストが開催されているが、何も行われていない月が8ヶ月（3、4、5、6、8、9、10、11月）ある。この期間をもっと戦略的に使えないだろうか。

区間	方向	平日（平日の交通量に占める割合）		祭日（祭日の交通量に占める割合）	
		平日	祭日	平日	祭日
恵み野 駅前	東側	4,987	5,388	4,239	5,167
	西側	5,141	5,442	4,239	5,167
日暮 駅前	東側	937	940	933	934
	西側	937	940	933	934



◆夏祭りの動員（集客）効果を活かすには

■通行量調査の結果

夏祭りのイベントの集客はたった1日で日常、休日の通行量の約4倍もの人が集まった。この非日常のイベント開催の機会を有効活用しない手はない。

■恵み野夏祭り来場者＜一般の回答＞より～性別・年齢層

来場者の性別については6割強で女性が占め、年齢層は30代～40代（48%）の来場者数が多いことに注目すべきである。その次に70代（13%）の方々の来場数が高いことにも注目したい。

■恵み野夏祭り来場者＜一般の回答＞より～住まい・性別

居住地について、来場者の割合は63%が恵庭市、恵み野は27%であるが、恵み野以外からの来訪者が多いことをマイナスに受けとめるのではなく、恵庭市からの集客をどう活用するかという受け止め方をして欲しい。

性別に着目すると女性の77%が恵庭市から訪れており、恵み野は20%を占めている。これに対し男性は大体3分割されているという結果であった。

上記よりおよそ半分が30～40代、女性の来場者の77%が恵庭在住という数字から30～40代の女性が意欲の高い消費者として重要な対象であると思われる。この30～40代の女性達は積極的に車を活用して自分の行きたい場所へ移動できているという特性が他のアンケートデータからも読める。この層にどんなPR、どんな情報発信をしていくかが重要なポイントになるのではないかと推測する。

■恵み野夏祭り来場者＜子どもの回答＞より～性別・学年

子どもは中学生以下を対象としているが男女比はほぼ半数の割合であった。学年はほとんどが小学生で小中高学年と平均的だが中学年が若干多かった。

■恵み野夏祭り来場者＜子どもの回答＞より～住まい・誰と？・何回くらい？

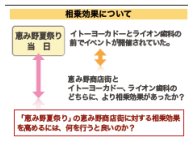
2回くらい、5回くらいとリピーターが約8割と多く、家族以外だと友達同士で来場している結果が出た。これは親御さんが子ども同士で行かせても安心な祭りであるという傾向がわかる。

子どもたちは未来の顧客である。子どもたち、その家族について家族単位でユーザーサイクルを想定し、自分達の顧客情報として抑えるべきである。

■恵み野夏祭り来場者＜一般の回答＞より～商店街来街頻度

ほぼ毎日（11%）、週1～2回（12%）と答えた方たちは恐らく恵み野在住の方と推測する。商店街の来街目的の買い物（54%）については重複回答であり、大型店の利用（34%）の数字が含まれている可能性が高い。

月1～2回というお客さんは見込み客であり、その頻度のお客さんをどう呼び込むか。お客さんの消費行動にも今後注目すべきである。



ここで大事なことは大型店にお客さんをとられるという考えではなく大型店に来ているお客さんに商店街まで足を延ばしてもらおうという発想を持つことである。

■相乗効果について

夏祭りに合わせてイトーヨーカドーとライオン歯科でもイベントを行って相乗効果を得ている。商店街として一緒にやることで相乗効果を高めるには今後何を行うべきか考えてもらいたい。

■恵み野商店街のイベントカレンダーの見直し例

イベントを実施していない時期に実は花がきれいに咲いている。この街を訪れた人がインターネット、ツイッター、Facebookなどで配信し、話題になっているのでこの期間を戦略的、有効的に使うべきではないだろうか。

◆ブレインストーミングー 1

進)

この結果を踏まえ、何も行われていない期間を戦略的・有効的に活用するためにみなさんの感想・意見など思いついたことを述べてもらいたい。

商)

イベントが開催されていない期間でできることはまだ具体的には浮かばないが飲食店が協力しあって集客することはできるかもしれない。

商)

季節の植栽、春なら桜、秋は銀杏と、恵み野の通りの銀杏並木はとてもきれいなので活用できたら良いと思う。

商)

花の街なので花を見て欲しい。恵庭市、恵み野以外の人にもみて欲しい。ツアーガイドさん付で商店街のお店（カフェ、飲食店など）を利用してもらおう企画はどうか。

進)

確かに、外から来たお客さんが沢山来てくれることは地域の励みになり、自信にもつながるかもしれない。

商)

今年、イベントに携わって開催までの準備がとても大変だと感じた。新たなイベントを増やすということは大変で難しいかもしれないと感じた。

その中でも7月だけポツンとやるのも気にはなるが新たな試みは難しいと思っている。今年も有志のお店で行われたハロウィンのイベントなど小さなイベントを行うことは良いと思う。その積み重ねが大事だと思うが、それにはそれを率いる人がい

	ないと成立しないとも思っている。花のきれいな時期に何かできたら良いと思う。 商) 気軽に自店の店先でできるキャンドルナイトなどは良いと思う。 先日やすらぎストリートで、てぶくろさん主導で行われたハロウィンの企画は良かった。カボチャのサインを表示して子どもたちを回らせる企画は雰囲気も良く、子どもたちも楽しんでくれて良い企画だと思う。 進) あるまちでは飾ってあるカボチャの表情によって意味があり、欲しいアイテムを入手するために歩かせる仕組みを作ったという好事例がある。 商) 花壇もハード事業で改修が行われるので花壇を作る際、自分達の他に市民にも参加してもらい、完成した花壇にくつろぐスペースを設けそこで飲み食いしてもらおうという企画はどうか。商売にもつながると思う。 進) 通りを歩くという動機づけになるかもしれない。 イトーヨーカドーの館内の飲食スペースで飲み食いするのは違って良い企画だと思う。 商) 期間を決めて開催することで労力を抑えることも可能ではないかと思う。店先でできる手軽な仕組みを考えることも面白い。 商) 大きなイベントは労力が大きいのでとても疲れる。個店でやるイベントと使い分けるのは良いと思う。私の店では年に２回セールを行うがその際に「手作り祭り」と称して普段店を利用されるお客さん 10～15 人くらいが自分の作品を出店したりして毎回賑わっている。 一昨年の売上げが非常に良かったが、原因はＪＲのイベントで商店街を歩いてくれた人たちが立ち寄ってくれたためである。 進) 相乗効果はあると思うか。 商) やすらぎストリートの隣接する店同士でつながってみると成果を感じた。実績がある。先程のＪＲのイベントなど予め時期を知ってＪＲ、市などのイベントとタイア
--	---

	ップするのは良いことだと思う。 進) 年間を通して、自分たちの体力配分を考えて分散してやるのは良いアイデアだと思う。 商) 恵み野郵便局の利用者は 60～70 代のお客さんが多い。元気な高齢者が多く、フットワークが軽い。彼らが和むようなイベントがあったら来てくれるかもしれない。 進) 意識調査の結果でも 60～70 代の年齢層は活動的という結果だった。 商) 私の店に来るお客さんも 60～70 代の年齢層の方が多い。 求める量は少ないが値段を気にせず質の良いものを買って求める傾向が高い。お孫さんなどを連れてきてくれたりもする。 イベントについては、大きい規模のものを開催するのは準備を含め負担が大きく、これ以上開催するのは無理である。 キャンドルナイトのような個店が各々でやることはできそう。 今は動ける人数が多くないため新たなイベント等をやるのはつらい。商店会の組織力を高めてから取組みたい。 進) てぶくろさんのような個店でやっているイベントの力を借りるのはどうか。 商) ストリートごとに既に行われているイベントについて、てぶくろさんなど個店がやっているイベントを商店会が主催でやるということは、てぶくろさんを慕って協力してくれている人達に対して商店会で仕切ってしまうことになるので抵抗がある。 進) 実際のところ、どう感じているか実行者に聞きたい。 商) 任氏 思いとしては、商店街がやってくれたらラクであるが、小回りが利くので自分達でやっているのも手軽に、気軽に実施できるからやれているというのが現状である。 商) できる人、やりたい人が一緒にやることは良いことだと思う。
--	---

	進) 商店街を訪れる人のほとんどは各ストリートの区別を意識しないで歩いているので各個店、各通りの有志が同じ催しを行うことになっても良いと思う。例えばカボチャのランタンを全部の通りに置くなどもあり得る。 商) まずやって、規模が大きくなりノウハウが蓄積された時に商店会のイベントに発展するというのも良いと思う。開催することが大事である。 商) 現状をわかりながら、今は商店会として対応できずにいる。 恵庭市全体の商店街利用者を対象に景品が当たる市商連の企画が年に2度あるが、応募件数が2万件と多い。毎年行っていて認識度が高く、気軽に参加してもらえる催しなのでこちらもやり易い。店頭で投函して当選した人への通知は使用した店主が行うので当選した時はその店主は嬉しい。 お店側もお客さんへのPRに力が入る。 進) 長年やっている中で自分達はお客さんを知っているつもりでいてもお客さん側はほとんど白紙である。先程出たアイディア等を盛り込んでお客さんにはこまめにきちんと伝える手段を考えて活動していくべきである。 商) 今の話に出たような企画の回数を増やすことは店側もお客さんに宣伝する意欲が高まる気がする。 進) イベントなどの企画を戦略的に考える時に、商店会は商店街の各個店、通りの年間を通した活動を知っておくべきである。 例えば、やすらぎストリートではてぶくろさんが、花さんぽストリートでは誰々がこんなイベントを行っているという風に把握し、情報を共有することが重要である。商店会が発信元であり、商店会に聞けば情報が入手できるという認識を高める。年度はこのことを意識してほしい。 商) 戦略的に花の街としてアピールしていきたい。 先日、大学生が花のイベントを多くすべきだという意見を述べたが、花の知識人から学ぶという活用術はどうか。季節に合った花、人気のある種類（バラなど）の栽培方法などを教えるなどは他の街の人にも来てくれるのではないかと。花を通して美容室など色々な業種の個店ともつながりができたら良いと思う。現在行われているま
--	---

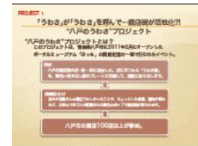
	ちさんぽツアーやオープンガーデンもあるのでそういうイベントと一緒にアピールしていったらどうか。 商) 私は大型店（イトーヨーカドー）に出店しているがハロウィンの時に館内で行われた仮装大会では、屋外に出てやすらぎストリートまで歩いた。イトーヨーカドーのイベントだが通りを歩く時にお菓子をふるまってもらうお願いを商店街のお店にもお願いした際、お店の方が厚意でお菓子を用意してくれたりもした。 参加者の仮装については 100 均の商品や自作のコスチュームで工夫してくれて最初は 20 名程の規模だったが今年は 80 名の参加があり、年々参加者は増えている。 ハロウィンのイベントについて、江別市大麻の扇町商店街では 6 年目となるが子供を参加させるために学校側が協力的である。 商店街として大きなイベントをやることは労力が大変だが個店レベルで行える実践的な好例である。 商) 花さんぽストリートでは毎年「花と暮らし展」を開催しているが地元の方の他に札幌近郊から来てくれている。新たに大きなイベントの開催は大変であるが今ある個店レベルのイベント開催がわかるカレンダーを作ってはどうか。「皆さん参加しませんか。」と呼びかけやすいためのカレンダーを作ると実行しやすいのではないかと。 進) それをいつ配るかが大事である。配る頻度も高くする必要がある。簡易的でも告知するチラシを作成してみてもどうか。お客さんの意識はいつも白紙なので動機付けを作っておくべきではない。タイミングが大事である。歳時記カレンダーの周知はとても良い考えだと思う。 商) 5 月末に観光協会、恵庭市で花マップが配布されるがそれを見て訊ねてくれた方たちにお薦めの飲食店を聞かれる。 答えているうちに独自の紹介マップができてしまった。それによる集客など相乗効果も感じている。こうした店が店を紹介し合うのは良いことである。 進) 最初は統一しなくても良いのでその情報をみんなが共有することが大事である。お互いの工夫や努力がわかった方が良い。総合的にこの商店街の窓口はどこかとわかるようにしてはどうか。その場合、例えば会長のお店を総合窓口にするなど運営・管理方法を考えてみてほしい。
--	--

イベント企画 人を惹きつける商店街イベント ～効果的なイベント～ 商店街のイベントは、地域、商店、住民、観光客の交流の場であり、商店街の活性化や地域の活性化に大きく貢献しています。また、イベントを通じて商店街の魅力を発信し、地域住民の愛着や誇りを醸成することもできます。 効果的なイベントの開催には、商店街の歴史や特徴を活かした企画が重要です。また、地域住民や観光客のニーズに応じた企画も必要です。 効果的なイベントの事例 人形町商店街の「人形市」 地域に根ざったイベント 神奈川県 六角橋商店街の「ドッキリヤミ市」 地域の歴史や特徴を活かしたイベント 山形市 七軒町商店街の「七軒市」 地域の歴史や特徴を活かしたイベント	商) せっかく来てもらったお客さんには食事の後の喫茶やオープンガーデンなど恵み野の良い所を共有情報として伝えていきたいと思う。 進) 森 ここで一度まとめてみると、 ・ 夏祭り開催時というのは日常の4倍の人たちが足を運んでいる ・ それぞれの個店の良さを積極的にPRできる機会である。 ・ 商店街独自のチラシやマップの必要性。 ・ 夏祭りは相乗効果が期待できる機会である。 ・ Facebook、ツイッターなどWeb発信による情報の活用。 ・ 花の街として集客の工夫をしてみよう。 ・ ここで出たアイディアの実践（植栽を活かしたオープンカフェ、個店をめぐるイベントなど） ・ 商店街にきた来訪者を楽しく動いてもらえる仕組みを考える。 ・ できる範囲の小さな力でコンパクトに始めてみてはどうか。（キャンドルナイト・花を植えるなど個店でやれること） ・ こまめな情報の発信とその情報を商店会の皆が共有し、共通認識を持つ。 以上のようなことを商店会の皆さんで整理して話す機会を作ることをお願いしたい。 ◆北まちより話題提供 話) 他都市の街のイベント取り組み事例を紹介する。恵み野といえば花の街であるが、地域の特性を活かしたイベントなので参考にしてみたい。 ◆話題提供～ イベント企画について ■人を惹きつける商店街イベントとは 昨今、かつての賑わいが衰退する商店街が多くみられる中で賑わいをみせている商店街、地域イベントがある。賑わいの背景には商店主たちが主となり町内会、大学、NPO等と連携し続けているのが特徴。イベントを考える上で、商店街に求められる役割や機能を表現することは大切な要素である。 ◆ちょっと気になるイベント ■効果的なイベントの事例 ・ 人形町商店街の「人形市」（東京都） ～地域の歴史や特徴等を活かしたイベント ・ 六角橋商店街の「ドッキリヤミ市」（神奈川県） ～地域の歴史等によらない、新たに作り出したイベントで若者が中心。  
--	--

- ・七日町商店街「ほっとなる朝採り金曜日」（山形県）
～地域の歴史等によらない、新たに作り出したイベント
で主婦層がターゲット。



- ・「八戸のうわさプロジェクト」（青森県）
～新規開館記念イベントで、各店舗にまつわる「うわさ」
話を取材し、店頭ポップで掲示するアート要素も
ある「うわさ」を題材にした商店街活性イベント



- ・たちかわの輝く個店（東京都）
～立川市商店街連合会が主催。中小企業診断士、地域住
民によってその年の「輝く個店」を選出するコンテスト



話)

以上、商店街ではない取組みも紹介したが個店の魅力アップのヒントにつながれば
と思う。どれも訪れるお客さんの反応が面白そうである。

◆ブレインストーミングー2

進)

これを見て使えそうなものはあるか。

商)

「ドッキリヤミ市」「八戸のうわさプロジェクト」は面白いと思った。

進) 森

これそのものでなくとも利用できる要素が沢山あると思う。

商)

美容室、飲食店も経営しているところは、お客さん同士のやりとりなどが想像でき
て面白いと感じている。

進)

紹介した事例は良いところをどんどん取り入れてもらえたらと思うが、大事なものは
先ずやる。評価してもらうためには継続していくことが大事。やり続けることで浸
透し周知につながるため、それには商店会の協力が必要である。

商)

商店会はやりたい人を応援してあげる立場であり、やりたい人への支援ややりたい
人を探すことも組織の仕事だと思う。良いアイデアが出たらどんどん実践すべき

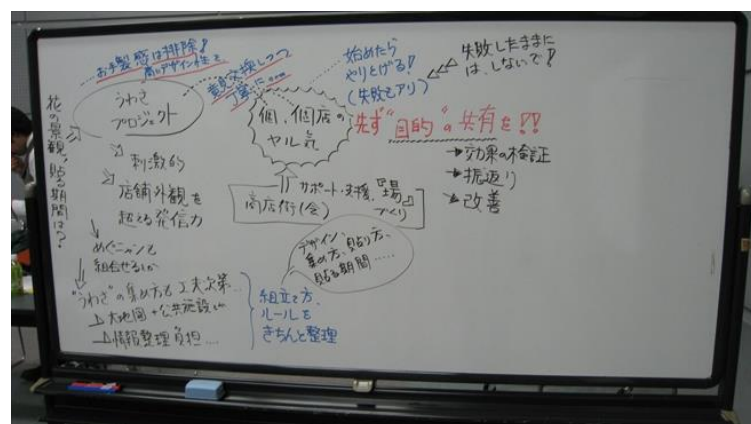
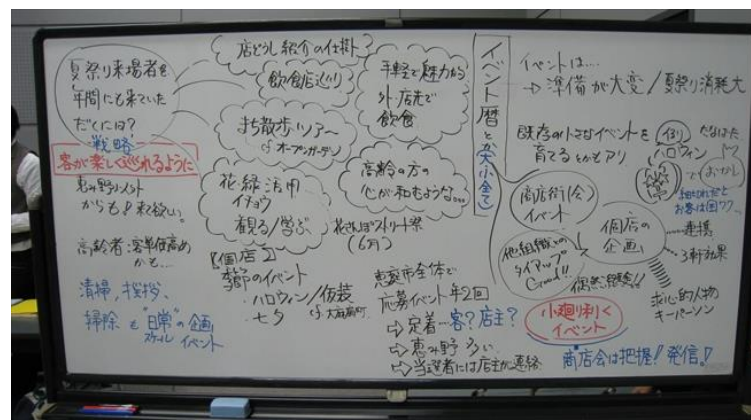
	である。 進) この事例を真似しても決して同じにはならない。 自分たちに合った手法、思いついたものをやるべきである。継続するためには自分たちの色にしよう。 商) 「八戸のうわさプロジェクト」の店頭の情報の貼付は効果的である。私はエステのお店であるが紙で告知すると集客が増えた。エステなどは敷居が高いと思われがちだが一度来店して頂くとリピーターも多い。最初の一步として店頭の告知は大事だと思った。 進) 「八戸のうわさプロジェクト」で使用している文字が手書きだったらどう思うか。これはPCの文字であるためビジュアルとディティール的にもきれいなので好感が持たれたのだと思われる。美しい仕上がりにジョークやセンスを感じるのが成功の理由と思われる。 北まち) 噂といえばめぐにゃんの存在。めぐにゃんの噂を作るのは面白いと思う。 めぐにゃんを店舗や通りなどに出現させてめぐにゃんの存在をもっと知らせてはどうか。以前、日常個店で使用するスタンプカードの景品に夏祭りで人気のあるビンゴカードを発行するというのは面白いと話したことがあった。あまり手間暇をかけないで効果的な取組みをしてみてもどうか。 商) 声を視覚化するのは面白い。駅、郵便局、専門学校などに大きな白地図を用意して自由に描き込んでもらうというのはどうか。一ヶ月くらいして回収して選定するという方法はわざわざ取材に行かなくても良い。 商) その作業について回収や選定する作業は大変な労力が考えられる。各個店で書きこまれたものを集めて使用の方が手軽にやれるのではないか。 進) パブリック性を高めるなら、社会性を重視したルールとストーリーを作り、そこからの作業は各個店に活動してもらうなど工夫が必要と思われる。
--	---

	商) 大きな告知、ポスターの製作などは商店会で用意するなど役割分担をするのが良いと思う。 商) もしこのようなイベントをやる時は、花の街として景観を考え、美観を損なわないようにやってほしい。貼る場所、実施期間などルールを作ってもらいたい。 進) この「八戸のうわさプロジェクト」は使用している文字やディティールなどの表現が美しいから成功しているイベントだと思われる。実施の際は事前に意見交換をして期間やルールを作ることが前提となる。 商) ルールづくりはすべきである。商店街全体ではなくともショッピングモール内など小さな規模で始めたら良いと思う。きれいなビジュアルは大切だと思う。 進) まずは小さな規模からでも始めることが良いと思う。 北まち) 大がかりなイベントの開催は大変である。ひとりでやる場合は思いや目的は明確であるが、個店と個店がつながる場合は「思い」が一緒でなければならない。実施する前に思いを共有してから実行しないと意味がないので最初に整理をしてみてほしい。好事例についてもただ真似るのではなく、自分たちの目的に合っているかを話し合い、実行した後はその成果を共に確認してほしい。 売上げアップや知名度を上げようというのもいいが、その際に漠然と行うのではなく何の為に実行をするのかを必ず検証してほしい。 清掃活動などはお金をかけないで効果的にやれるイベントである。 例えば、枯葉の掃除。朝の通学・通勤者が通る商店街で朝の挨拶をしながら活動のPRをするなど、そんな試みもある。花の街なのに今現在、花の街をテーマとしたイベントがないことは残念である。それも今後の取組みのひとつとして加えて頂きたいと提案する。 商) 花の街なのに。来訪者より草が多いなど、行き届いていない箇所の指摘を受けることも多い。花の街として清掃活動なども含めた取組みに声を大きくあげていきたい。
--	---

	商) 清掃も花づくりの一環である。花の街として市民が一体化してほしい。いま 4 割くらいの認識度と感じている。 進) 継続のためには楽しくやることが前提である。 今現状でやすらぎストリートで任さんが、花さんぽストリートでは内倉さんが主導となっている活動についても、そのリーダーシップの後押しは役員の皆さんの尽力が必要であると思われる。話し合いの場を設け、今後の組織づくりをどうするかという議論の一手手前まで進めてほしい。 次回は最終回となり、個店の連携について話すが、来年度は道路のバリアフリー化、植栽などハード事業が行われる。整備されることが目標達成ではなく、その先の商店街の「活性化」が目標であり、地域住民との連携も生まれてくると思う。 実現のために伴うソフト部分を皆さんで話して頂きたい。 これを実践する労力は大変だが、是非話し合って具体化してほしい。 北まち) 最終回となる次回の意見交換会は「個店の連携」について私がお話しする。 個店と個店との連携、商店街の活性化、それに伴う組織などについて話す予定だが講義ではなく、それについて皆さんから話を聞きたいので本日の様に沢山を参加してほしい。 ここでひとつ気になっていることを話す。 せっかく誕生した商店街のキャラクター「めぐにゃん」について、街の中にめぐにゃんの存在を感じないのは勿体ない。もっとPRするべきではないか。 例えばこれから開催される歳末の現金つかみどりセールなどはめぐにゃんのキャラクターを登場させてセール参加店であるという表示をするなど、もっと活用してほしい。セールまでまだ時間があるので是非実践してほしい。 * 以上終了 次回の意見交換会は12月16日（月）19：00～とする。
--	--

そ の 他

写真：意見交換会風景・話し合われたこと



配 付 資 料

* 参考資料 1 「商店街のイベント企画」 PPT 資料